

Bienvenidos
Revista bimestral de Distribuidora Rabié, Año XIII - Nº 78 Mayo 2009.
Distribución gratuita. Prohibida su venta.
LEBU
Kellogg´s
La Marca Mundial que Eligió a Rabié
Carolina Arregui
La Reina de las Teleseries
Cumbre Mundial del Retail
La Tecnología que Viene
Plan Para Reactivar La Economía
El Foco Está en las Pymes

Editorial

Bienvenido Kellogg´s

Cuando en nuestra empresa recibimos la noticia de que habíamos sido elegidos como el operador comercial único en Chile de la multinacional Kellogg´s, nuestra primera reacción estuvo marcada por la tranquilidad, pero al mismo tiempo por una profunda satisfacción. Esa combinación de mesura y agrado, como en muchas otras ocasiones de nuestra historia, ha sido sólo efímera, porque en Rabié entendemos que los reconocimientos y designaciones adquieren real validez cuando se cumplen los objetivos, cuando somos capaces de ser cada día más eficientes, cuando cambiamos permanentemente nuestra contribución a la cadena logística y cuando logramos comprender los cambios que se producen día a día en un entorno cada vez más impredecible.

Enfrentar estos desafíos, exige construir alianzas que permitan optimizar las operaciones a través de modelos de negocios como el que acabamos de formalizar con Kellogg´s, ambas empresas con raíces comunes: familiares y centenarias. Un orgullo para una empresa chilena haber sido seleccionada, entre muchas otras, para representar a Kellogg´s, líder mundial en la producción de alimentos nutritivos.

De este modo, Distribuidora Rabié queda estrechamente ligada a una compañía que, en 2008, alcanzó ventas de 13 mil millones de dólares, emplea a 32 mil personas, tiene 19 fábricas y vende sus productos en 180 países.

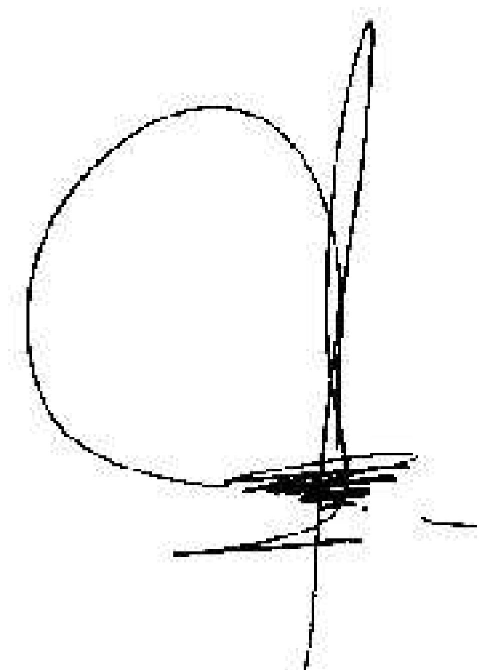
El desafío es grande y estimulante, porque requiere que Kellogg´s, de la mano de Rabié, siga creciendo en nuestro país. Y no de cualquier forma, sino que de la manera que nuestra distribuidora actualmente ha definido para enfrentar este mercado hipersegmentado, con necesidades progresivas y diversas. Esto es, a través de la especialización por canales de distribución.



Esta gran responsabilidad nos alienta a ofrecer un servicio de excelencia a minoristas, mayoristas, supermercados e instituciones. Nos motiva a poner a disposición de nuestros clientes una marca de categoría mundial y productos del más alto nivel.

Esta noticia nos permite además, reforzar nuestro optimismo sobre el futuro, seguir encontrando más oportunidades y seguir trabajando para proponer mejores soluciones para la Industria y el Comercio.

Bienvenido Kellogg´s al equipo que recorre Chile todos los días, para entregar cada vez un mejor servicio a los comerciantes de nuestro país.



Armando Jara J.

Gerente General



Foto Portada: Caleta Tubul, Arauco, edición N° 78 Mayo-Junio 2009.**Director Fundador:** Mario Landa Reyes **Consejo Editorial:** Armando Jara J., Yerko Luksic N., Sergio Vásquez Y., Ricardo Apara M., Marcela Zapata P. y Rodrigo Landa G. **Director:** Rodrigo Landa G. **Colaboradores:** Dario Rojas, Sonia Rosas, Francisca Rojas y Luz Gabriela Vega. **Diseño y Diagramación:** Luz Eliana Cortés y Rodrigo Riffo P. **Fotografía:** Marcelo Vildósola G. y Ricardo Ramírez. **Producción:** Líder Publicidad Ltda. **Impresión:** Quebecor World Chile S.A. **Rabié S.A. Administración Central:** El Roble 770. Pisos 8,9 y 10 Chillán. Fono: 42-200600 Fax: 42-224679. **Centro de Distribución Chillán:** Ruta 5 Sur, Km. 418, Chillán Viejo Fono: 42-200500 Fax: 42-200555. **Centro de Distribución Santiago:** Camino a Melipilla 15.000, Maipú Santiago Fono: 2-6773100 Fax 2-5356497. **Centro de Distribución Antofagasta:** Ruta 5 Norte Km. 1.358,5 Manzana N, Sitio 2. Parque Industrial La Negra Fono: 55- 207100 Fax: 55-207110.
www.rabie.cl

CON AHORROS DEL COBRE

Se Financia Plan para Reactivar la Economía

Programa especial busca permitir acceso al crédito a 1.600 microempresas y a unos 2.000 emprendedores. Son 20 medidas que incluye la ampliación a tres años el plazo para que las Pymes renegocien sus deudas tributarias.

Mientras los líderes de las 20 principales economías del mundo se reúnen en Londres para buscar formas de evitar el colapso de sus bancos y sus empresas, un país en Sudamérica va un paso más adelante, y ya busca la reactivación económica", escribió la columnista de la BBC de Londres, Verónica Smink, elogiando la propuesta gubernamental, anunciadas a fines de marzo. El plan, de 20 medidas presentado por la presidenta Michelle Bachelet, tiene por objetivo estimular el crédito bancario y no bancario, incentivar más opciones de financiamiento para personas y empresas, especialmente aquellas de menor tamaño, y promover mayor competencia en el sistema financiero.

La propuesta pretende permitir el acceso a créditos a unas 1.600 microempresas y a cerca de 2.000 emprendedores. Para ello, el Estado triplicó los recursos que destina a subsidiar los costos operativos de instituciones que entreguen créditos a las microempresas más vulnerables, lo que implicará un gasto de unos US$11 millones. Además, la iniciativa amplía de uno a tres años el plazo para que las pymes renegocien sus deudas tributarias. Las medidas son complementarias al plan de estímulo fiscal y de generación de empleos lanzado por el país en enero pasado, por un monto de US$ 4.000 millones.

María Olivia Recart, subsecretaria de Hacienda.





El plan de reactivación también busca promover la competencia en el sector financiero, para lo que se ampliará la capacidad de préstamo de instituciones no bancarias como cooperativas, cajas de compensación y aseguradores. Esta medida abrirá financiamiento adicional para créditos por hasta US$270 millones. Chile tiene capacidad de lanzar este tipo de planes debido a que supo generar reservas durante los años en los que fue beneficiado por los altos precios del cobre, su principal exportación.

La subsecretaria de Hacienda, María Olivia Recart enfatizó que "las pymes son una prioridad y haremos todos los ajustes necesarios para que los recursos lleguen a ellas. Estas medidas demuestran la preocupación constante del gobierno por las empresas de menor tamaño. Las pymes son una prioridad y su monitoreo y constante seguimiento también lo es".

Respecto al contenido de las medidas, la subsecretaria aseguró que "los recursos adicionales para microempresas son de vital importancia, especialmente, para las mujeres jefas de hogar. Asimismo, las medidas que apuntan a potenciar la competencia entre las entidades que prestan dinero, per-

mitirán a las personas y empresas tener más opciones y poder acceder a ellas en mejores condiciones".

LA CRISIS ES INEVITABLE

Los economistas consultados por Bienvenidos celebran las medidas adoptadas por el ejecutivo pero sostienen que, debido a la profundidad de la crisis, éstas no son suficientes. Sin embargo, los analistas coinciden en algo claro: todo diseño de acción suavizará los efectos de la crisis, sin embargo ésta ya no puede evitarse. Para el profesor Mario Morales de la Facultad de Economía de la Universidad de Chile "las medidas son un alivio, en particular la renegociación de las deudas tributarias, pero el principal problema de estas empresas no es el acceso al crédito, sino el acceso a los mercados, porque a pesar de generar el 80% de los empleos en el país, las pymes sólo representan el 20% de las ventas".

El académico del Instituto de Economía de la Universidad Católica, Juan Eduardo Coeymans sostiene que después de la crisis de los años 30, a nivel internacional "ésta es la más grave", y que pese a que el superávit fiscal nos está protegiendo, "igual se nos va a remecer la casa. Solución total para la crisis no hay. Las medidas de fondo están bien orientadas a disminuir los daños en cuanto al nivel de ingreso de los más pobres, pero son medidas paliativas. Son necesarias, pero eso no significa que todo esté resuelto", puntualiza el economista. Pero agrega que deben ampliarse, aunque indica que no pueden estarse tirando paquetes de medidas a cada rato, por lo que "hay que evaluar si lo que se está haciendo está llegando donde debe".

Más drástico es Rafael Garay, profesor de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Central, quien sostiene que "somos una economía pequeña y abierta por lo que el impacto tenía que llegarnos y así ha sido. Al principio se dijo que Chile crecería entre un 2 y un 3 por ciento, pero las cifras demuestran todo lo contrario". Por eso, Garay está de acuerdo con el bono que se entregó a las familias más desprotegidas, porque eso ayuda a evitar que la demanda siga cayendo, pero considera que "el gobierno debe entregar tres bonos más en los meses de junio, julio y agosto que son los más duros para el desempleo". Según el académico, el desempleo llegará a un 11,9% en julio, "por eso sería una locura que el gobierno se quedara de brazos cruzados", sentencia.

Ricardo Ffrench-Davis, doctor en economía, elogió las medidas adoptadas por el ejecutivo. Sin embargo, "el mundo atraviesa por una recesión y Chile está globalizado. Se puede reducir la caída si las medidas son las correctas y el Banco Central se coordina con las políticas del Ministerio de Hacienda, pero los efectos se harán sentir".

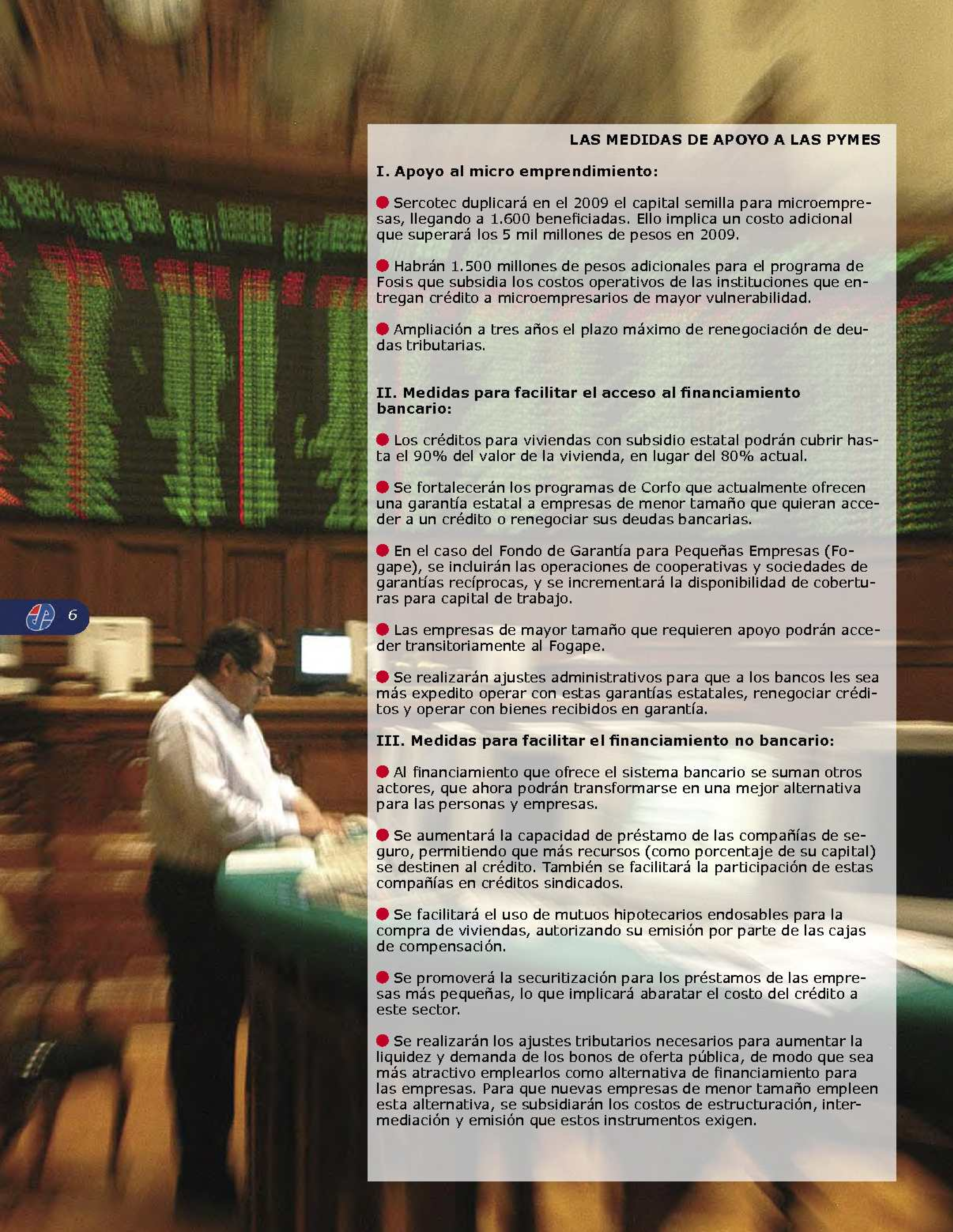
Guillermo Pattillo, economista de la Universidad de Santiago, no es tan drástico. Cree que "la política monetaria va a seguir actuando, va a anunciar una nueva baja de tasas y eso es parte de seguir tratando de moderar el impacto. Los bonos tampoco son descartables, aunque su emisión dependerá de lo que pase en los próximos meses. Se han tomado medidas financieras, fiscales y monetarias correctas, puede ser necesario aplicar nuevas, dependiendo de cuán extensa sea la crisis, pero yo no diría que han quedado áreas desatendidas", explica Pattillo.

Mario Morales, académico de la Universidad de Chile.





Guillermo Pattillo, economista de la Universidad de Santiago.



LAS MEDIDAS DE APOYO A LAS PYMES

I. Apoyo al micro emprendimiento:

- Sercotec duplicará en el 2009 el capital semilla para microempresas, llegando a 1.600 beneficiadas. Ello implica un costo adicional que superará los 5 mil millones de pesos en 2009.

- Habrán 1.500 millones de pesos adicionales para el programa de Fosis que subsidia los costos operativos de las instituciones que entregan crédito a microempresarios de mayor vulnerabilidad.

- Ampliación a tres años el plazo máximo de renegociación de deudas tributarias.

II. Medidas para facilitar el acceso al financiamiento bancario:

- Los créditos para viviendas con subsidio estatal podrán cubrir hasta el 90% del valor de la vivienda, en lugar del 80% actual.

- Se fortalecerán los programas de Corfo que actualmente ofrecen una garantía estatal a empresas de menor tamaño que quieran acceder a un crédito o renegociar sus deudas bancarias.

- En el caso del Fondo de Garantía para Pequeñas Empresas (Fogape), se incluirán las operaciones de cooperativas y sociedades de garantías recíprocas, y se incrementará la disponibilidad de coberturas para capital de trabajo.

- Las empresas de mayor tamaño que requieren apoyo podrán acceder transitoriamente al Fogape.

- Se realizarán ajustes administrativos para que a los bancos les sea más expedito operar con estas garantías estatales, renegociar créditos y operar con bienes recibidos en garantía.

III. Medidas para facilitar el financiamiento no bancario:

- Al financiamiento que ofrece el sistema bancario se suman otros actores, que ahora podrán transformarse en una mejor alternativa para las personas y empresas.

- Se aumentará la capacidad de préstamo de las compañías de seguro, permitiendo que más recursos (como porcentaje de su capital) se destinen al crédito. También se facilitará la participación de estas compañías en créditos sindicados.

- Se facilitará el uso de mutuos hipotecarios endosables para la compra de viviendas, autorizando su emisión por parte de las cajas de compensación.

- Se promoverá la securitización para los préstamos de las empresas más pequeñas, lo que implicará abaratar el costo del crédito a este sector.

- Se realizarán los ajustes tributarios necesarios para aumentar la liquidez y demanda de los bonos de oferta pública, de modo que sea más atractivo emplearlos como alternativa de financiamiento para las empresas. Para que nuevas empresas de menor tamaño empleen esta alternativa, se subsidiarán los costos de estructuración, intermediación y emisión que estos instrumentos exigen.

MANDALAY

Prefiera
Atún desmenuzado en aceite de 120 Grs.
Atún, Lomitos en aceite de 120 Grs.
Aceite Mandalay vegetal de 1 litro.

Mandalay te invita a Buenos Aires

Desprenda una etiqueta de atún desmenuzado en aceite de 120 grs., una de Lomitos en aceite de 120 grs. y una de Aceite Mandalay de 1 litro, complete con sus datos el cupón de esta página, envíelo a Promociones y Fidelización Rabié S.A., El Roble 770 Piso 8, Chillán y participe del sorteo de un viaje a Buenos Aires para 2 personas.

Envíe junto a este cupón una etiqueta de:
Atún desmenuzado en aceite de 120 grs., Lomitos en aceite de 120 grs. y Aceite vegetal Mandalay de 1 litro.



Código Cliente: ____________________

Nombre: ______________ Apellido: ______________

Cargo: ______________ Fono: ______________

Dirección: ______________ Ciudad: ______________ Región: ______________

Fecha cumpleaños: ______________



Envíe este cupón a Promociones y Fidelización Rabié S.A., Administración Central , El Roble 770 Piso 8, Chillán y participe del sorteo de un viaje a Buenos Aires para 2 personas.
Bases ante Notario, promoción válida hasta el 10 de junio de 2009
Premio incluye 3 días y 2 noches en hotel 3 estrellas o similar, estadía y pasajes.

____
Firma cliente

RABIE SE PONE A LA VANGUARDIA
En Implementación Tecnológica

Fue socializado a la plana administrativa de Distribuidora Rabié, el nuevo software WMS (Warehouse Management System o Sistema de Gestión en Bodega). Un programa computacional que permitirá una férrea evolución en la forma de accionar de este gigante del mercado.

Las empresas eficientes utilizan la tecnología para ser capaces de satisfacer tanto los requerimientos de sus clientes como de sus propios trabajadores, además de promover su crecimiento y constante capacitación. Es lo que ocurre en Rabié donde sus ejecutivos, desde hace muchos años, definieron que la innovación es fundamental en una empresa para ser eficiente. Muchas de estas herramientas facilitan el trabajo, permitiendo conseguir las metas con mayor rapidez. Para los clientes, una empresa eficiente es capaz de cumplir e incluso exceder sus expectativas. Por eso, no es casualidad la incorporación de un software altamente calificado que agilizará los procesos favoreciendo a todos los departamentos de la organización.

El producto, conocido como WMS, es más que un sistema de información o un programa de computadora, es una serie de procedimientos asociados que se implementan con el fin de controlar, administrar e, idealmente optimizar, la operación de una o varias bodegas y que tiene un impacto transversal en toda la organización. Impacta positivamente en todas las áreas, como también necesita de ellas para conseguir la gestión y eficiencia esperadas.

Antes de la era de las computadoras, esta labor se realizaba con papel, lápiz y usando tableros o pizarras en donde se anotaban las entradas de mercancía, las salidas, la posición en donde se almacenaba cada artículo, sus fechas de ingreso, salida, caducidad, y un sinnúmero de atributos y calificativos del material almacenado. Naturalmente, con los volúmenes de mercancía que se manejan actualmente, con la velocidad de trabajo requerida y la indispensable alta precisión de la operación, esto no es más que un buen recuerdo de aquellos viejos tiempos. Todo esto ha sido sustituido por sistemas WMS, comercio electrónico y códigos de barra, por solo mencionar algunos aspectos, todos los cuales los ha implementado Rabié.

El software fue incorporado a través de la multinacional Technology Latin América (TLA), quienes implementan en Distribuidora Rabié un producto cargado con múltiples y mejores prácticas, probado en una instancia de diagnóstico y que cumplió con el 98% de los requerimientos, en aspectos tales como multibodega, despacho por cliente, peso variable, refrigerado y congelado, optimización y equipo implementador. Su metodología de aplicación resultó favorable, minimizando las posibilidades de fracaso del proceso logístico.


Armando Jara, gerente general de Rabié S.A.

Armando Jara, gerente general de Rabié y promotor del proyecto, precisó que "la razón fundamental es que hay que evolucionar, para enfrentar nuevas necesidades que requieren soluciones distintas. Lo que hace falta es modificar lo que tenemos hoy en bodega y esa es una característica destacada de Rabié y de quienes trabajamos aquí, y que es, estar siempre preocupados de mejorar cada día.

"Lo que nos importa es la gente que está detrás de los procesos, su involucramiento, las expectativas, los resultados; abrir posibilidades de enfrentar otros desafíos. Es un proyecto de empresa y de todos dependerá el éxito de éste", agregó Armando Jara.

Los ejecutivos de Rabié, se han dado la tarea de involucrar a cada miembro de la empresa para colaborar con la llegada de esta nueva herramienta. "Queremos que la gente conozca este proyecto, porque no existe por separado el área logística, ni la comercial, ni sistemas, sólo existe Rabié y es así como debemos enfrentar esta innovación", aseguró Javier Vera, subgerente de administración y gerente de este nuevo proyecto.

CONTRAPARTE TECNICA

Jaime Pavesi, de TLA Chile, detalló que el software WMS, ha sido implementado en cerca de 500 lugares en el mundo y que es utilizado por empresas de la envergadura de Blockbuster, Kellogg´s, Yamaha, entre otros. En Latinoamérica lo utilizan 110 centros de distribución, quienes han descubierto en WMS un "cerebro que integra tecnología, procesos e infraestructura".

Para la puesta en marcha de este software se encuentran en Chile Javier Ardilo, gerente de proyecto y Bryan Buitrago, gerente de operaciones.
El equipo ha fijado como plazos 3 meses de trabajo en la fase "diseño del proyecto", tres meses en la fase de "Configuración" y tres meses en la fase "Implementación".

Los plazos indican que en enero del 2010 el Centro de Distribución Chillán ya tendrá funcionando al 100% esta nueva herramienta.

La evolución para Rabié está en marcha y la participación de todos sus departamentos será trascendental. Tal como en otras importantes innovaciones aplicadas, esta empresa sigue trabajando para ofrecer cada día un mejor servicio, tanto a sus clientes como a sus proveedores".

El equipo WMS: Javier Vera, Claudio Gajardo, Aldo Corvalán y Fernando Torres.



SEGUIREMOS ORIENTADOS A PRESTAR UN MEJOR SERVICIO

"Los elementos más importantes de implementar un WMS, es tener claro que nosotros seguimos orientados a brindarle el mejor servicio a nuestros más de 45 mil clientes en Chile y con un desarrollo como éste, podemos aún seguir mejorando. Asimismo, a nuestros proveedores, también les entregaremos mejores herramientas para que ellos puedan hacer gestión. Nuestro eslogan da cuenta de estos esfuerzos al ser "El mejor servicio que recorre Chile". **(Yerko Luksic, gerente comercial).**



UN GRAN APOYO A NUESTRA LABOR

"Si bien hoy mantenemos la plataforma con sistemas desarrollados íntegramente por el Departamento de Sistemas, el implantar un software de clase mundial, donde vamos a tener que conocer el producto en detalle y dar soporte a ese producto, es un desafío, pero también lo entendemos como un gran apoyo a nuestra labor. Tendremos que entender, todo el equipo, que este software nos va a facilitar el trabajo. Cambiaremos los niveles operativos, la forma de hacer las cosas y, en nuestro departamento, tenemos esa capacidad para evolucionar en forma conjunta con las nuevas tecnologías". **(Cecilia del Valle, subgerente de sistemas y líder técnico del proyecto).**



EL LIDERAZGO ES PARTE DE LA VOCACIÓN DE RABIE

"Estamos en un proceso evolutivo. Este proceso significa una nueva forma de abordar los desafíos futuros. El cliente de hoy responde a un mercado que está cada vez más exigente, es un mercado mucho mas demandante, que quiere tener los productos donde quiere, a la hora que quiere, en los formatos que quiere, por lo tanto, a eso hay que darle satisfacción. La clave de cualquier proyecto está en la capacidad de ejecutarlos. Acá lo hacemos, enfrentamos los problemas y les damos solución, ya que el liderazgo es parte de la vocación de Rabié. Este proyecto va a tener el valor en la medida que forme parte del proceso de la satisfacción final del cliente y no nos cabe ninguna duda que así va a ser". **(Sergio Vásquez, gerente de crédito).**



ESPERAMOS UN RETORNO MUY SUPERIOR A LA INVERSION

"El nuevo esquema nos va a permitir hacer negocios, que hoy se dificultan en su implementación debido a que nuestro actual WMS carece de algunas características necesarias, como por ejemplo para los productos pesables, controlar las bodegas satélites de una forma más rápida. Además, estamos desarrollando una cadena de locales mayoristas, la cual se podrá controlar con este nuevo WMS. En resumen, optimizaremos recursos y esperamos un retorno muy superior a la inversión. Asimismo, dentro de nuestro Departamento de Recursos Humanos se ha hecho un programa para ir sensibilizando a la gente para entender que esta evolución es favorable para todos". **(Ricardo Apara, gerente de administración).**

Kellogg's® ELIGE A RABIE

Como Su Operador Comercial en Chile

La empresa más importante del mundo en productos nutricionales se asocia con la distribuidora para operar en Chile y seguir creciendo. Vienen nuevos productos y una propuesta estratégica para el desarrollo de todos los canales, incluido el comercio detallista.

Kellogg´s es líder mundial en la fabricación y comercialización de los cereales listos para consumir y líder en los productos de conveniencia como barras de cereal, waffles congelados, galletas dulces y saladas, productos vegetarianos y orgánicos. Entre sus marcas se encuentran Zucaritas, Choco Krispis, Froots Loops, Allan Bran, Kellness, entre otras. Fundada en 1906 y comprometida en ofrecer alimentos nutritivos y de buen sabor, hoy Kellogg´s tiene plantas de manufactura en 18 países, 32 mil empleados y comercializa sus productos en más de 180 naciones alrededor del mundo. Sus ventas anuales sobrepasan los 12 mil millones de dólares.

Esta gigantesca empresa es la que eligió a Rabié como su operador en Chile con el propósito de mejorar la distribución a través de todo el país, continuar con el plan de innovación, proporcionando al consumidor chileno lo mejor de los productos Kellogg´s y continuar con el apoyo a las marcas que en la actualidad están presentes en el mercado nacional.

Sergio Trapaglia, ingeniero en alimentos, casado, dos hijos, director comercial de Kellogg´s en Argentina, Chile, Uruguay y Paraguay, explicó a "Bienvenidos" que esta empresa multinacional está permanentemente buscando optimizar sus operaciones en todos los países, "ha pasado en Argentina, en Brasil, donde hemos cambiado constantemente los modelos de negocios y, en su momento, decidimos encontrar la manera más eficiente de operar en Chile, de manera de conservar y permanecer la marca en el mercado local. Entonces salimos a la búsqueda de un socio que tuviera la capacidad suficiente como para hacer el mismo trabajo que estábamos haciendo nosotros de una manera más eficiente. Así llegamos a Rabié.

¿Por qué se eligió a Rabié?

"La elección de Rabié, como operador comercial de Kellogg´s en Chile, surgió de un exhaustivo proceso de selección de acuerdo a la evaluación de las distintas áreas de trabajo y las capacidades que cada operador podía brindar. De todos ellos, Rabié fue la compañía que mejor supo interpretar las necesidades de Kellogg´s para el mercado y demostró tener la capacidad necesaria para hacerse cargo del proyecto. Creemos que fue una decisión correcta y que ya nos está dando muy buenos resultados.

Sergio Trapaglia, director comercial de Kellogg´s en Paraguay, Uruguay, Argentina y Chile.

¿Qué se espera de este acuerdo?

"Lo primero que buscamos, y esto lo hablamos con todos nuestros clientes, es que este cambio sea totalmente transparente tanto para el cliente como para el consumidor, es decir, aquel que va a una góndola, aquel que va a un almacén, encontrará nuestras marcas y productos en el mismo lugar donde estaba, al mismo precio y en las mismas condiciones. Es decir, nadie se tendría que enterar del cambio. Lo logramos con los clientes, tuvimos reuniones con cada uno de ellos, y entre todos conseguimos que esta transición sea totalmente transparente. Y ahora esperamos que los clientes nos lo digan a través de las compras. Buscamos también, potenciar la presencia de Kellogg´s en el mercado chileno, a través de una expansión de la distribución y el aprovechamiento de sinergias y buenas prácticas comerciales alineadas a la estrategia que Kellogg´s marca en el mercado mundial".

El ingeniero Trapaglia, de nacionalidad argentina, tiene plena confianza en la alianza estratégica que se ha forjado con Rabié porque considera que la distribuidora es la empresa "que mejor puede hacer este trabajo. Tenemos toda la confianza de Kellogg´s para este proceso, por lo tanto, vamos a continuar con nuestros programas de innovación, campañas promocionales, licencias de películas, para seguir creciendo en Chile, ahora de la mano de Rabié.

¿Cuál es el rol que debe asumir Rabié en esta alianza estratégica?

"Un rol clave. Se trata de una función sumamente importante ya que se ha convertido en la imagen comercial de Kellogg´s en el mercado de Chile y, de esta manera, nos representa frente a nuestros clientes y consumidores. El alinearnos a la estrategia global de Kellogg´s es indispensable para fomentar el crecimiento del negocio. Lo que buscamos es que, a través de Rabié, la marca Kellogg´s siga creciendo en Chile y también que Rabié siga creciendo en el canal supermercados que es donde está operando ahora.

¿Qué clientes serán atendidos por Rabié y qué papel asigna al comercio tradicional en la estrategia competitiva de Kellogg´s?

"Buscamos aprovechar toda la potencia que tiene Rabié, que ha ganado a lo largo de toda su historia. Por ello queremos sumar a los ya actuales clientes de Kellogg´s, el universo de clientes del canal tradicional, canal al que Rabié llega con alta eficiencia de distribución. Estamos seguros que se trata de una oportunidad única de poder llegar de manera eficiente al canal tradicional, teniendo en cuenta que Rabié es especialista en esta área.

¿Cuál es la importancia que otorga Kellogg´s a canales de distribución distintos al tradicional?

"Hasta ahora, el canal supermercados era el más significativo. Nosotros tenemos acuerdos globales con las cadenas Wall Mart y nos favorece su introducción en Chile. Este tipo de alianza nos permitirá aplicar en el mercado nacional muchas iniciativas que han tenido éxitos en otros mercados del mundo.

¿Cuál es el balance que usted realiza de los primeros meses de esta alianza?

"Si bien el inicio de la operación con Rabié es reciente, y aún nos encontramos ajustando algunos procesos, podemos asegurar que se ha tratado de una transición muy prolija. Han participado ambos equipos, de Rabié y de Kellogg´s y, lo más importante, es que creemos haber cumplido nuestra meta inicial, que era que esta transición fuera sumamente transparente, tanto para nuestros clientes como para nuestros consumidores. Sólo nos resta mirar hacia adelante y construir un modelo de crecimiento y sinergias que nos permitan a ambas compañías crecer en el país. A pesar que llevamos muy poco tiempo, estimo que ha sido una excelente transición y, los resultados que estamos obteniendo, son muy buenos, muy esperanzadores. Aun tenemos mucha capacidad por explotar de Rabié. Rabié, lo que tiene es su gran poder de logística y distribución en todo el país y esas eran nuestras partes más débiles, entonces estamos muy confiados en que, a partir de la apertura al canal tradicional y al canal mayorista, podamos crecer en distribución donde nosotros no éramos fuertes".

EN BATTLE CREEK NACE EL CEREAL LISTO PARA CONSUMIR

Como anécdota se puede decir que Kellogg´s, la compañía líder de alimentos nutricionales en el mundo, nació por casualidad, de manera accidental. Ocurre que a comienzos del año 1900, en Estados Unidos, se consumían cereales en forma inmediata. En el caso del maíz, se cocinaba el grano, luego se secaba, se aplastaba, le agregaban leche y se consumía. Era el desayuno. Un día, sin embargo, en el pueblo de Battle Creek, Estado de Michigan, en la frontera con Canadá, a alguien se le quedó el maíz de un día para otro. Allí descubrieron que los cereales se secaban solos y se formaba una masa que ahora puede decirse fue el precursor del Corn Flakes. Cuando vieron eso y supieron que podían conservar el maíz y no prepararlo todos los días, empezaron a producirlo y a venderlo. Lo llamaron "Cereal listo para consumir". Los más acuciosos, entre ellos los hermanos Kellogg´s, envasaron el producto en hermosas cajas y así lo comercializaron. Dentro de las cajas iba el maíz listo, sólo bastaba agregar leche y el desayuno estaba listo. Fue algo insólito para la época -año 1906- y todo un éxito comercial. Junto a Kellogg´s se fundaron diversas empresas destinadas a industrializar el maíz, a tal punto que a la Battle Creek se le conoció como "La ciudad del cereal". Hoy la sede central de Kellogg´s sigue estando en Battle Creek y desde allí se manejan cuatro grandes regiones: Estados Unidos; Latinoamérica; Europa y Sudáfrica y la región de Asia Pacífico. Kellogg´s tiene presencia en 180 países y, aparte de los cereales, produce, galletas, snacks, alimentos congelados, leches envasadas saborizadas, entre otros productos.

Kellogg's UN GRAN DESAFIO Y Una Enorme Responsabilidad

Es el significado de la alianza Kellogg´s-Rabié, según lo interpreta el gerente de negocios internacionales de la distribuidora, Álvaro Urízar.

En el mes de octubre de 2008, la compañía Kellogg´s decidió cambiar su modelo de operación en Chile e inició el proceso de buscar un operador en el país. Durante cuatro meses, la multinacional desarrolló una amplia investigación destinada a identificar una empresa que reuniera los altos estándares exigidos para representar a la empresa de cereales Nº 1 del mundo. Tras numerosas reuniones que involucraron no sólo a distribuidoras, también a empresas que elaboran productos de consumo masivo, la multinacional resolvió asignar esta importante tarea a Distribuidora Rabié. Obviamente, las credenciales de esta empresa familiar, con más de cien años de trayectoria, y su liderazgo en el mercado nacional, influyeron para que se tomara esta decisión.

Alvaro Urízar, gerente de negocios internacionales de la distribuidora ha estado a cargo de la etapa de transición del nuevo modelo de operación de Kellogg´s con Rabié, al que califica como un gran desafío y un reconocimiento a la gran trayectoria y eficiencia de la distribuidora: "Para nosotros", dice, "representar al líder mundial de cereales es una tremenda responsabilidad, no sólo con la marca y con la compañía, también con los clientes y consumidores. Para nuestra compañía, tener como partner al número uno del mundo en cereales es un escenario fantástico, muy esperado y es lo que cualquier compañía quisiera, sin embargo, al mismo tiempo es una tremenda responsabilidad, lo que nos obliga a trabajar muy fuerte para que todos quedemos conformes con los resultados.

Esta es la primera vez que una empresa como Rabié toma la distribución cien por ciento de una compañía multinacional, líder en el mundo como Kellogg´s. Lo único que queda haciendo Kellogg´s en el mercado local es el manejo de la comunicación masiva y el desarrollo de productos nuevos. Todo lo que tiene que ver con programas de producción, importación, distribución, comercialización, está a cargo de Rabié".



Alvaro Urízar, gerente de negocios internacionales de Rabié S.A.

¿En qué frentes está trabajando Rabié al comienzo de esta relación con Kellogg´s?

"En primer lugar, Rabié creó una nueva área de negocios, porque la distribuidora no cubría las grandes cadenas de supermercados. También, estamos adecuando todas nuestras estructuras logísticas, de distribución, administrativas, de manera de manejar este negocio que es bastante diferente a lo que tradicionalmente manejamos.
La diferencia está en que hoy, en este modelo, Rabié es el proveedor de los supermercados. Es una nueva unidad de negocios que viene a complementar toda la estructura que tiene Rabié para atender a los canales detallistas, institucional y mayorista. Hoy día, con el canal supermercados cubrimos el espectro completo.

¿Cuál es la preparación y el foco de la división especializada que se creó para Kellogg´s?

"Hemos tenido un amplio apoyo de los ejecutivos de Kellogg´s para este proceso de transición, al mismo tiempo que todo el equipo comercial de esta compañía se ha trasladado a Rabié. El foco ha sido, claramente, los clientes y los consumidores. Nuestro principal objetivo es dar el mejor servicio que podamos a la marca Kellogg´s y, en ese sentido, preocuparnos de los clientes que son los supermercados, mayoristas, distribuidores y, obviamente, los consumidores finales. Hemos privilegiado una fórmula para que el consumidor no sienta ningún cambio en este proceso de transición, en el sentido que el producto esté disponible en la calidad y cantidad adecuada, en todos los lugares de compra y a precios adecuados.

Los resultados del proceso ¿han sido los esperados?

"El proceso ha sido complejo e intenso, a partir del 1 de marzo y eso significó una serie de ajustes internos en todas las áreas de la compañía. Sin embargo, estamos conformes con lo realizado en esta etapa del proceso de transición, no obstante nuestros planes son bastante más ambiciosos. En el primer mes le dimos importancia a no interrumpir la cadena de abastecimiento a los clientes y consumidores, ahora que ya estamos en pleno régimen de trabajo con el canal supermercados, vamos además a desarrollar el canal mayorista y el tradicional. Nuestra fuerza de ventas está muy motivada y en pleno volcada a brindar lo mejor para el producto Kellogg´s. Esta es una forma diferente de hacer negocios para la distribuidora que le otorga un plus muy importante a su desarrollo y le agrega un nuevo galardón a su importante trayectoria empresarial".

LEPTOSPIROSIS
Una Nueva Amenaza

Se transmite a través de la orina de animales, especialmente roedores y la posibilidad de adquirirla es a través de las latas de bebidas y otros líquidos.

Recientes informes médicos advierten sobre otra infección poco conocida en nuestro país. Su nombre es leptospirosis y es causada por la leptospira, una bacteria ampliamente distribuida en el mundo y que infecta a animales domésticos y salvajes, como ratas o perros, que después eliminan el germen por la orina. La leptospirosis es una enfermedad febril aguda, que puede ser leve o mortal, especialmente cuando compromete el hígado, riñones o sistema nervioso. El primer caso humano de Leptospirosis fue descrito en 1886, como una enfermedad con ictericia severa y fue referida como enfermedad de Weil. De ahí que a menudo se utilice también este nombre, fundamentalmente durante la segunda fase de la enfermedad. Sin embargo, no siempre se presenta con ictericia o complicaciones orgánicas e incluso puede no presentar síntomas o semejar una gripe.

Una posibilidad frecuente de adquirir esta enfermedad es utilizar directamente las latas con bebidas y otros líquidos. Por eso se recomienda lavar siempre la parte superior de las latas antes de abrirlas y consumirlas. O, simplemente usar vasos.

La contaminación se produce porque estos productos siempre están almacenados en depósitos y expuestos a roedores, para luego ser transportados sin un adecuado protector. Un estudio reciente muestra que las partes superiores de las latas están más contaminadas que un baño público, llenas de bacterias y gérmenes. Por eso es recomendable que cada vez que adquiera un producto enlatado como leche, cerveza, atún, conservas en general, lave concienzudamente la parte superior antes de abrirla.

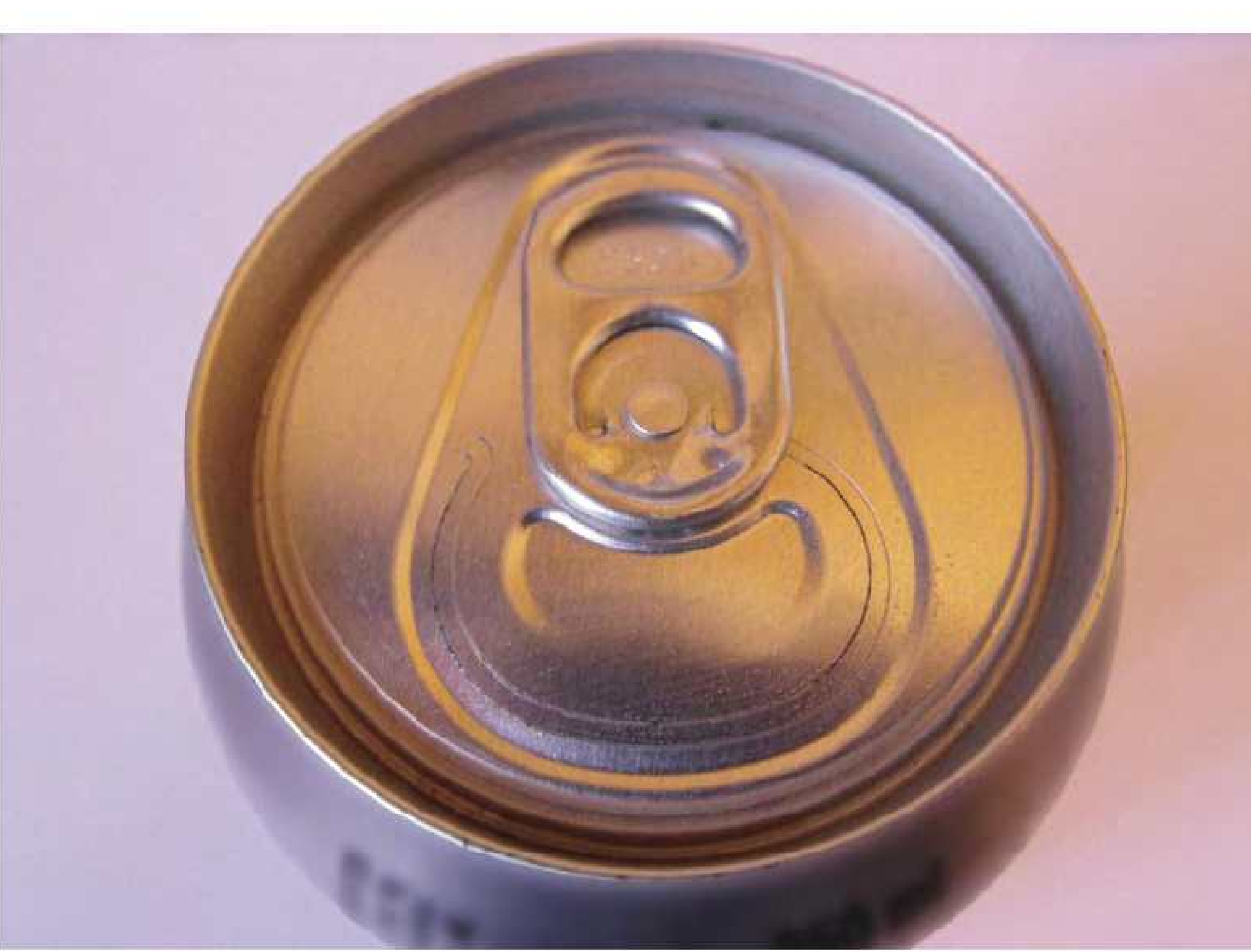
Los síntomas más comunes de esta nueva amenaza a la salud son: fiebre súbita, dolor de cabeza, tos seca, náuseas, vómitos y diarrea.

El tratamiento es a base de penicilinas, tetraciclinas, cloranfenicol y eritromicina. El pronóstico es generalmente bueno, aunque los casos complicados que no se tratan oportunamente sí ocasionan la muerte.

Aunque desde hace décadas se sabe que en Chile existen casos de Leptospirosis, no se conoce la magnitud del problema debido a que esta enfermedad no formaba parte de las Enfermedades de Declaración Obligatoria, ya que el Instituto de Salud Pública no contaba con la técnica de laboratorio para identificar su agente.

A contar del año 2000, el Reglamento N°712 sobre Notificación de Enfermedades de Declaración Obligatoria emanado del Ministerio de Salud, establece que la Leptospira, agente de la Leptospirosis, será objeto de Vigilancia de Laboratorio, bajo la responsabilidad del Instituto de Salud Pública. Esta vigilancia permitirá investigar los riesgos a que estuvieron expuestas las personas que enfermaron, a fin de adoptar las medidas de intervención ambiental tendientes a prevenirlos o corregirlos.

La identificación de las situaciones de riesgo, dadas principalmente por problemas de saneamiento ambiental y concentración de animales susceptibles de transmitir la enfermedad, así como el análisis integrado de toda la información recopilada, permitirán determinar medidas de intervención efectivas por parte de las autoridades de salud.

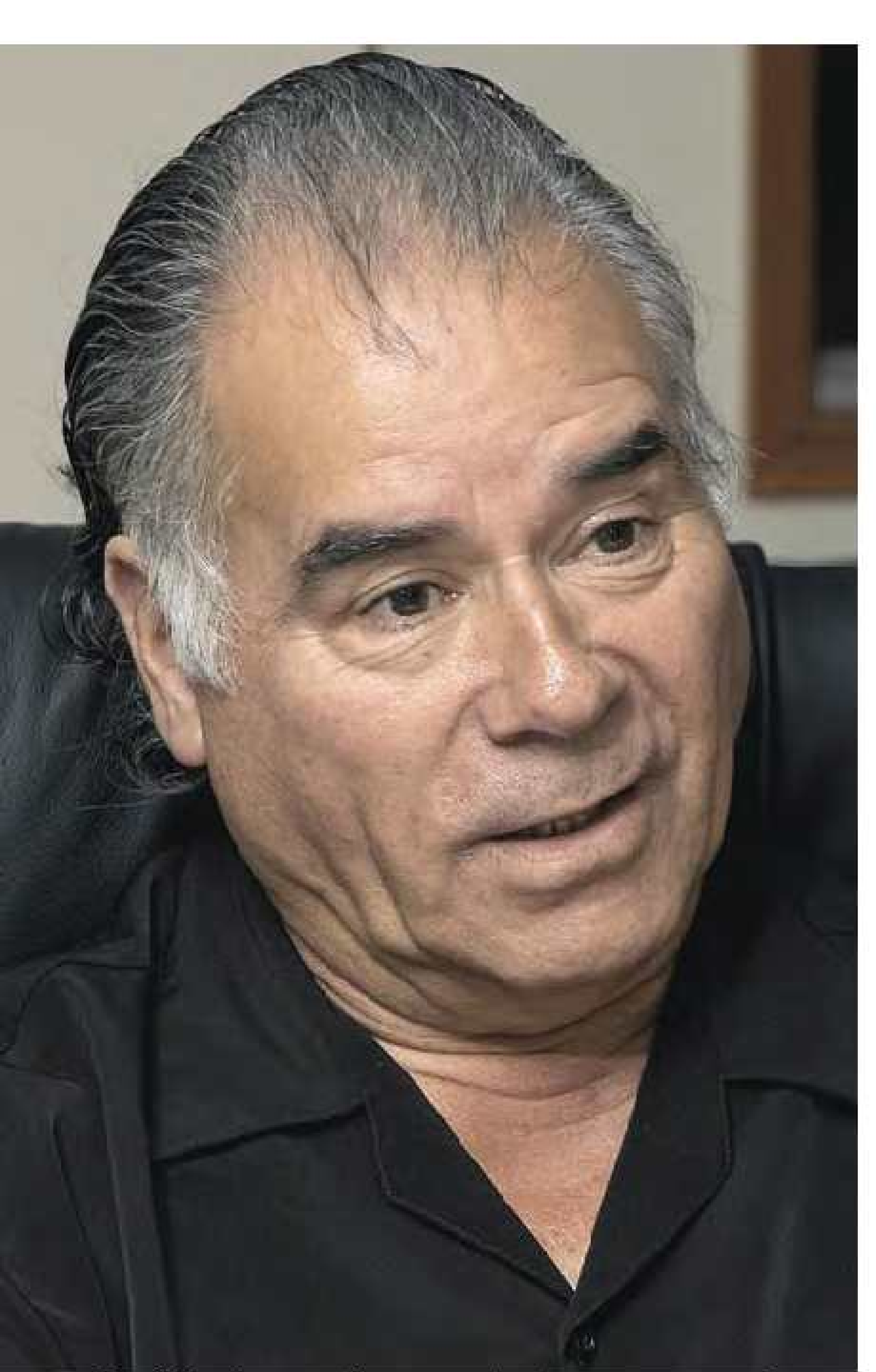


Para prevenir la enfermedad se recomienda limpiar cuidadosamente, antes de abrir y consumir, la parte superior de las bebidas en lata.



PASION Por El Comercio

Una historia notable es la de José Medina Medina quien, a base de constancia y voluntad, ha logrado convertirse en uno de los principales empresarios del comercio en la provincia de Arauco.



José Medina sostiene que la clave para surgir es la perseverancia y la voluntad.

Dice que la clave para surgir es la perseverancia y la voluntad. A él le ha dado resultados: se inició con un pequeño almacén de barrio, "un bolichito" como él le ha denominado, y hoy tiene cuatro supermercados en diferentes ciudades de la provincia de Arauco, región del Bío-Bío.

Una historia notable de emprendimiento, basado en el trabajo y en las buenas prácticas comerciales, es la de José Medina Medina, un hombre sencillo, amable, que irradia simpatía y con una impresionante visión para los negocios. Es cliente de Distribuidora Rabié desde hace 29 años y recuerda con afecto y emoción una entrevista que sostuvo en 1986 con don Jorge Rabié, actual presidente de la compañía:

"Cuando se incendió mi negocio el año 86, donde perdí todo, un amigo me sugirió ir a dar la cara a Chillán por mis deudas con Rabié. Fui a hablar con don Jorge Rabié quien me recibió junto al supervisor de ventas. Como no tenía cuenta corriente, mi firma avalaba lo que debía. Don Jorge me atendió muy amable, muy gentil. Cuando salimos de la oficina, el supervisor me preguntó: ¿y tú, eras amigo de don Jorge?. Le respondí que no, que era primera vez que conversaba con él y me dijo: ¡pero si conversaron como si fueran amigos durante años!.

Pactamos la deuda, yo solicité a don Jorge que paráramos el crédito ahí y que me dieran otro crédito para un nuevo local que estaba construyendo. Me comprometí a empezar a pagar cuando me cambiara. El me recomendó que el local lo hiciera lo más grande posible, porque si lo hacía chico después tenía que estar agregando otras ampliaciones, y que al final era más caro. Entonces le pregunté: ¿qué saco con hacerlo tan grande si no tengo con qué llenarlo?. Me respondió: "si tienes algún problema, vuelves a conversar conmigo". Me vine convencido de lo que me recomendó, cambié los planos y no hubo necesidad de ir a hablar con él, ya que Rabié me fue surtiendo el local. Yo empecé a cumplir el compromiso pactado, me demoré casi dos años en pagarle y cuando terminé de pagar, don Jorge me envió una botella de whisky Grants de 3 litros con atril para Navidad, en reconocimiento a mi palabra cumplida (yo había cumplido en octubre). Es un bonito recuerdo que tengo de Rabié. Al final, la decisión de hacer un negocio más grande fue acertada".

EL CAMBIO DE SWITCH

Sus comienzos en el comercio minorista fueron a los 10 años, cuando ayudaba a su hermano en un pequeño local que vendía frutas y verduras. Es un convencido de que las aptitudes para el comercio lo heredó de su madre, que vendía quesos, verduras y otros artículos y que falleció cuando él tenía sólo 20 años.

En 1968 se independiza y abre su propio negocio, básicamente con el propósito de financiar sus gastos personales. El fútbol era la pasión de su juventud y a este deporte dedicaba sus mayores esfuerzos. "Yo empecé con un almacencito bien chico en el barrio. No era tanto lo que vendíamos en efectivo, vendíamos fiado. Teníamos unas 20, 30 libretas de la gente de Curanilahue que trabajaba en la mina de carbón, entonces cuando ellos se pagaban me iban a abonar a su cuenta. Nunca pagaban toda la cuenta, siempre quedaba un saldito...

¿Entonces no imaginaba lo que iba a crecer su negocio?

"Nunca tuve grandes pretensiones. Cuando cabro, era presidente de un club deportivo, salía cuando tenía reuniones, cerraba el negocio cuando quería, era de la idea que me diera para comer y vestirme. Pero resulta que cambió el switch cuando me cambié de local y me vine más al centro. Entonces pasé a vender mucho más. Me di cuenta de que si colocaba más de mi parte y atendía mejor, iba a surgir más. Desde ahí, me dediqué al negocio en un 100 por ciento, domingos, festivos. Era una ubicación con mucho tránsito de pasada. Ahí empezó a gatillar el crecimiento, comenzando con locales arrendados.

¿Su relación con Rabié comenzó en los años 80?

"Efectivamente, llevo 29 años como cliente de la distribuidora. Como en ese tiempo yo no tenía cuenta corriente, me daban un crédito de hasta 200.000 pesos. Como fui respondiendo, me ampliaron el monto sin yo solicitarlo.

En ese tiempo yo compraba al contado y le pedía a mi hermano que todas las semanas me comprara verduras en la vega de Concepción. Le encargaba también leche, café y abarrotes. Primero partimos con frutas y verduras y luego incorporamos otras categorías. Empezamos de a poquito, tenía las estanterías vacías, sacaba un tarro y no se veía nada.

Pero sus inicios en el comercio fue junto a sus dos hermanos

"Así fue. Nosotros éramos 3 hermanos y formamos una sociedad. Después nos separamos, ya que mi hermano mayor optó por pasos más negativos. Lo quisimos separar para que mejorara, pero finalmente fue para peor. Mi otro hermano está bien, tiene un negocio hasta el día de hoy. Somos hermanables. El año 68 empecé sólo, quedé con un poco más de capital en plata, ya que mi segundo hermano se quedó con un local comercial. El tiene otro concepto, ya que él dice que "trabaja para vivir", no tiene una mayor pretensión, quiere tener una vida tranquila, lo que es muy legítimo".

CONTACTO CON LOS CLIENTES

¿Cuándo se produce el cambio de un local pequeño a uno más grande?

"Empecé como supermercadista el año 86. Yo debería haberme cambiado mucho antes, pero me gustaba la atención personalizada. Acá uno no sabe qué le faltó al cliente, qué no le gustó. Es otra cosa, pero trato de bajar a la sala de ventas y tener contacto directo con ellos.



Wilson Barra, vendedor Rabié junto a José Medina, propietario del supermercado "El Porvenir" de Arauco.

Piense usted que el lunes estoy en Arauco, el martes, miércoles y jueves, en Curanilahue atendiendo proveedores y el viernes en Los Alamos. Como usted puede ver en cada puerto un amor....(rie). Pero mi residencia está acá en Curanilahue, como siempre.

¿Cómo lo hace para controlar la gestión en los cuatro supermercados?

"He basado el éxito en la confianza en las personas que manejan los locales. Pienso que tengo un buen equipo de personas. Tengo varios hijos y también me apoyan en los negocios.

¿Qué le puede decir usted a los comerciantes respecto a las claves que lo llevaron a lograr todo esto?

"La clave es la constancia, la perseverancia, la voluntad. Yo pienso que todos los almacenes más pequeños empiezan muchas veces con una alta ambición y marginan mucho y ahí se produce el éxodo a supermercados. Cuando yo empecé compraba una caja de jurel y me conformaba con ganar $10 en el tarro. En vez de vender 2 cajas en el día, vendía 10. Siempre generé en base al volumen de ventas. Uno empieza a marginar con porcentaje cuando hay más gastos, personal, entre otra variables, cuando ya tiene más carácter de empresa.

¿Cómo visualiza usted la actividad económica en Arauco?

"Pienso que la zona está bastante complicada, hay mucha cesantía, está difícil. Eso influye en nuestras ventas. Tenemos además competencia y fuerte, 3 a 4 supermercados más, pero hay que luchar contra las grandes cadenas y se puede perfectamente.

¿Imaginamos que en su relación con Rabié no sólo ha sido a través de compras?

"Claro que no, también he ganado algunos premios. Viajamos a Argentina al partido por las eliminatorias mundialistas, con el vendedor. Viajaremos próximamente a Cuba también. Para mi Rabié es un cliente muy especial. En estos momentos, representa el 70% del total de distribuidores, estoy muy conforme. He recibido muy bien la especialización de vendedores, hemos llegado a muy buenos acuerdos e interesantes negocios".

LA GRAN ALIANZA

Casado, tres hijos, oriundo de Chillán, Wilson Barra es el vendedor de Rabié que atiende a José Medina: "con don José hemos realizado una gran alianza, hemos crecido mucho. Es una gran persona, muy buen empresario y un cliente muy fuerte. Don José puede competir con cualquiera, entrega un muy buen servicio, entrega a domicilio, tiene este gran complejo comercial y una gran sala con estacionamientos. Es una persona que trabaja con recursos propios. Además, destaco la corrección en sus relaciones comerciales, nunca hemos tenido un problema con él".

GIGANTESCO MERCADO VIRTUAL

Inauguró Comercio Detallista

Confedech Market se llama el portal que la Confederación del Comercio Detallista puso a disposición de proveedores y comerciantes del país.



Rafael Cumsille, presidente de la Confederación del Comercio Detallista y Turismo de Chile.

Rafael Cumsille, el histórico presidente de la Confederación del Comercio Detallista y Turismo de Chile, no oculta su orgullo cuando muestra su "joyita", el nuevo portal asociativo llamado Confedech Market. "Es lo más espectacular que hemos hecho en toda la historia de nuestra organización", dice mientras manipula el computador para acceder a la página que permite ingresar al sitio a través de la dirección electrónica: www.comerciocompra.cl.

Diseñada a base del catálogo electrónico más grande de Chile, la tienda virtual ChileCompra Express, el sitio internet del comercio detallista, fue definido por Cumsille como un gigantesco mercado virtual, en que el usuario llena su carro con los productos ofertados, tantas veces como quiera. Igual que si estuvieran en un supermercado, se pueden destacar ofertas especiales y el usuario tiene la facultad de filtrar productos por marca, modelo, formato, medida y proveedor, así como generar órdenes de compra y de despacho.

"Esta es una plataforma al estilo ChileCompra", explica Rafael Cumsille, "pero la diferencia es que allí, las empresas del Estado están obligadas a comprar y acá, en ComercioCompra, es voluntario".

Este portal asociativo cuenta –hasta el momento- con 45 proveedores, nacionales y/o internacionales, y más de un millar de compradores registrados. El gerente de informática de la confederación, Orlando Sharp, precisó que el proceso de inscripciones en el portal, se está desarrollando con normalidad. Sharp manifestó que los interesados requieren un mínimo de manejo del computador que, a su juicio, sería la única barrera que pudiese existir en torno al uso del portal, para que comiencen a fluir las oportunidades de negocios a través de Confedech Market.

Los encargados de la plataforma indican que la nómina de inscritos está creciendo rápidamente a medida que se van informando de las ventajas de pertenecer a la Central de Compra Virtual.

"La Central de Compra Virtual, es un proyecto país, que representa el sentir de los miles de empresarios del comercio detallista y turismo a lo largo del país", explica el presidente del gremio, Rafael Cumsille.

PRESENCIA DE RABIE

"Me ha dado mucha alegría", agrega el dirigente gremial, que Distribuidora Rabié se haya inscrito como proveedor, y eso es muy interesante porque Rabié pasa a ser un candidato muy serio en esta plataforma para atender a los microempresarios en cualquier lugar del territorio".

La plataforma ha contado con la colaboración técnica de ChileCompra, económica del Servicio de Cooperación Técnica, Sercotec y crediticia del Banco Estado. "Esta entidad bancaria" –acota Cumsille- "está dispuesta a otorgar créditos a micro y pequeños empresarios para adquirir sus mercaderías. Aquí se puede llegar a establecer un mecanismo tecnológico donde proveedor, cliente y la entidad financiera, como el Banco Estado y otras que se puedan abrir, puedan apoyar financieramente al comerciante para sus compras. Ahora, nosotros esperamos que Rabié privilegie a los comerciantes asociados a las cámaras de comercio comunales, que les de una atención especial y, en segundo lugar, la posibilidad que ellos tengan algún incentivo comercial", concluye.



PROFESIONALIZACION TOTAL

Al Servicio de Mayoristas

Encuentro entre fuerza de ventas especializada y proveedores permite optimizar la atención a este canal cada vez más relevante para Rabié.

Hugo Zañartu, ejecutivo comercial del canal Mayorista de Rabié S.A.

En su permanente afán de avanzar en la profesionalización de su fuerza de ventas especializada y ofrecer cada vez un más eficiente servicio a sus clientes y proveedores, Distribuidora Rabié realiza, permanentemente, reuniones a través de las cuales busca consensuar criterios que permitan alcanzar objetivos comunes entre los distintos vendedores profesionales y ejecutivos. De esta manera, participan activamente en estos encuentros miembros del departamento comercial, fuerza de ventas y representantes de la Industria.

La nueva estructura comercial que significa atender la distribución por canales diferenciados, minoristas, mayoristas e instituciones, asegura a los clientes una atención integral destinada a satisfacer sus necesidades de manera focalizada, de acuerdo a las necesidades únicas de cada canal. Porque ahora los clientes cuentan, no sólo con un ejecutivo de ventas que ofrece productos que los satisfacen sino que, además tienen el respaldo de un departamento comercial que, constantemente, negocia precios competitivos, promociones y productos con proveedores. Es un nuevo enfoque direccionado a optimizar permanentemente el servicio por canal.

En este contexto, el departamento comercial de Rabié acaba de realizar dos interesantes encuentros destinados a fortalecer la atención del canal mayorista. El primero de ellos en la capital y que involucró a todos los vendedores mayoristas y sus jefaturas de los centros de distribución de Antofagasta y Santiago, junto a ejecutivos de las empresas proveedoras. Luego, hubo una segunda reunión en Termas de Chillán con la fuerza de ventas del sur.

Estos encuentros se realizaron con la valiosa participación de las empresas Colgate Palmolive, Clorox, Empresas Tucapel, South Pacific Korp, Vileda, Kellogg´s y Pastas Don Lucciano.

El organizador de los eventos, Hugo Zañartu Apara, ingeniero comercial, ejecutivo del canal Mayorista, calificó las reuniones como "extremadamente positivas, porque conocimos las opiniones de los expertos de ventas y de las empresas que producen los bienes que ofrecemos. Analizamos factores que pueden optimizar nuestros esfuerzos, así como acciones que pueden obstaculizar el cumplimiento de objetivos. Y, finalmente, pudimos conocernos como personas en un ambiente más grato y cómodo, lo que generó un sentimiento de pertenencia y camaradería, que sin duda afectará de manera positiva nuestra visión del negocio.

¿Cuáles son los elementos diferenciadores del canal mayorista respecto a otros canales?

"La capacidad de compras de los clientes de mayor volumen, normalmente implica que debemos acceder a mejores condiciones. Y en la mayoría de los casos, hemos llegado a acuerdos que les termina siendo bastante beneficiosos. Gracias a esa necesidad de acceder a mayores beneficios, es que hemos podido desarrollar herramientas específicas para el canal, las cuales hoy son verdaderos pilares de la venta. Un claro ejemplo de lo anterior es la venta denominada "Cross docking", lo que implica venta de camión completo desde las bodegas de nuestros proveedores, directo hasta nuestros clientes. Este sistema comenzó como una venta especial y hoy nos ha dado claros ahorros en los costos, lo que lo convierte en un modelo rutinario de ventas.

La respuesta de los proveedores respecto a la segmentación por canales que ha hecho Rabié, ha sido extraordinariamente positiva porque, según Zañartu, "esto implica una claridad enorme respecto a los beneficios que significa operar canales como unidades únicas de negocios. Las decisiones se toman de acuerdo a los objetivos y necesidades de clientes con características comunes, involucra especialización, mayor conocimiento y verdaderas oportunidades de desarrollo".

ARAUCO DOMADO



Privilegiada por su vegetación nativa y hermoso litoral, la zona emerge como un poderoso polo de desarrollo de la mano con la actividad turística, la industria forestal y un dinámico comercio detallista.

Fue en el año 1552 cuando Pedro de Valdivia funda el primer fuerte español, al que llamó Felipe de Arauco. La etimología o significado de la palabra Arauco quiere decir "agua gredosa" en lengua mapuche. El fuerte fue destruido en innumerables oportunidades por los indómitos indígenas, que durante más de 400 años mantuvieron a raya al conquistador español. El 7 de diciembre de 1852 se le da el título de ciudad a esta comuna ubicada 71 kilómetros al sur de Concepción. La provincia, de igual nombre, está conformada por siete comunas: Arauco, Curanilahue, Contulmo, Tirúa, Los Alamos, Cañete y su capital, Lebu. Esta provincia tiene una superficie de 5.423 kilómetros cuadrados donde conviven aproximadamente unos 158 mil habitantes. De éstos, el 12,7% pertenece a la etnia Mapuche, transformándose en la provincia con mayor población autóctona del país.

Revista Bienvenidos visitó la zona y pudo comprobar que la provincia de Arauco es bastante privilegiada, puesto que posee una frondosa vegetación nativa, concentrada principalmente en el litoral y en la precordillera de la Costa. Dentro de la gama de especies, es posible admirar avellanos, robles, ulmos y canelos; además de araucarias, raulíes y cipreces de cordillera, entre otros. En menor escala se observan lengas, laureles, tineos, lingues, coigües, lumas, mañíos, boldos y quillay.

Esta bella zona del sur de nuestro país cuenta con una amplia gama de atractivos turísticos, donde destacan sus playas, ríos, caletas pesqueras, santuarios naturales, paisajes rurales, artesanía, museos y lugares históricos. Su territorio agreste, con valles estrechos en la costa y la imponente cordillera de Nahuelbuta, al oriente, es surcado por numerosos ríos y riachuelos de corto trayecto que le dan a su geografía un aspecto muy especial.

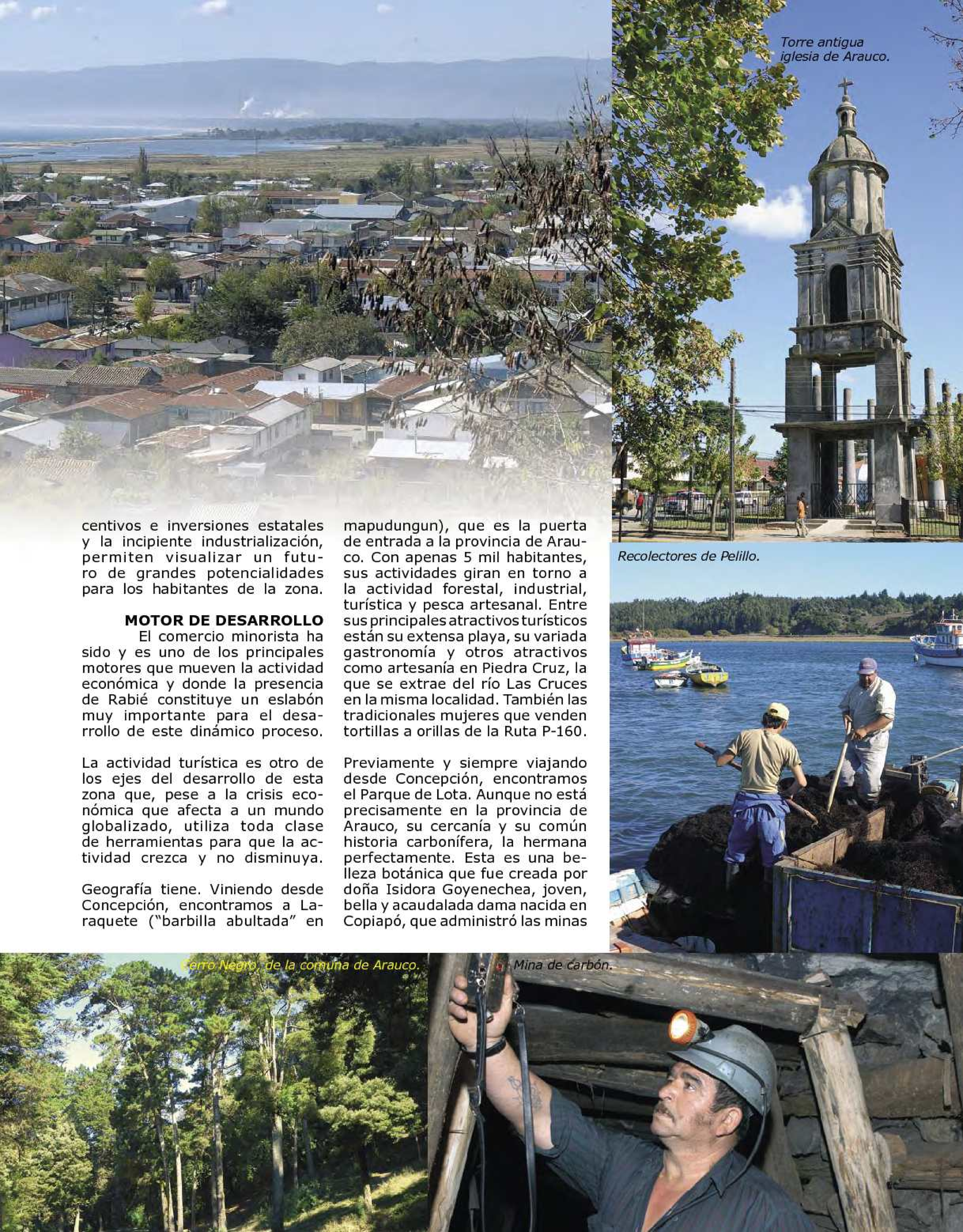
Arauco posee además, una industria forestal a nivel mundial. Una de las características primordiales de la zona es su gastronomía, donde las especialidades están ligadas, principalmente, a la utilización de productos marinos, ya sea recolectados o cultivados, para la elaboración de platos de excelencia.

En su litoral, donde abundan caletas de pescadores artesanales, se observa actividad económica basada en la industria forestal, la pesca y la pequeña minería carbonífera. En los últimos años, el explosivo incremento de su actividad forestal y pesquera, los grandes in-



Caleta Tubul.

Pescadores caleta Llico.



Torre antigua iglesia de Arauco.

Recolectores de Pelillo.

Cerro Negro, de la comuna de Arauco.

Mina de carbón.

centivos e inversiones estatales y la incipiente industrialización, permiten visualizar un futuro de grandes potencialidades para los habitantes de la zona.

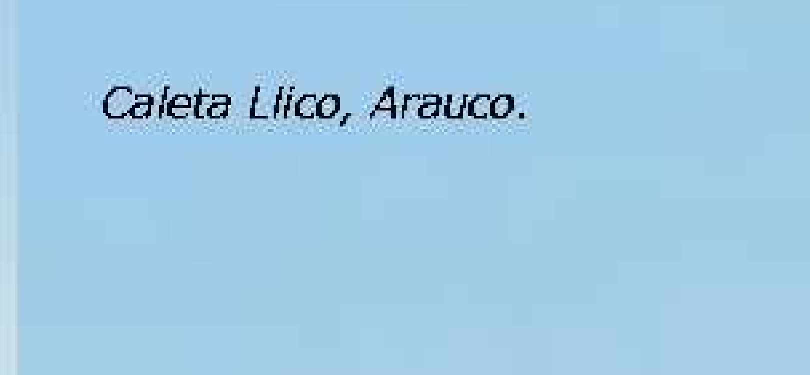
MOTOR DE DESARROLLO

El comercio minorista ha sido y es uno de los principales motores que mueven la actividad económica y donde la presencia de Rabié constituye un eslabón muy importante para el desarrollo de este dinámico proceso.

La actividad turística es otro de los ejes del desarrollo de esta zona que, pese a la crisis económica que afecta a un mundo globalizado, utiliza toda clase de herramientas para que la actividad crezca y no disminuya.

Geografía tiene. Viniendo desde Concepción, encontramos a Laraquete ("barbilla abultada" en mapudungun), que es la puerta de entrada a la provincia de Arauco. Con apenas 5 mil habitantes, sus actividades giran en torno a la actividad forestal, industrial, turística y pesca artesanal. Entre sus principales atractivos turísticos están su extensa playa, su variada gastronomía y otros atractivos como artesanía en Piedra Cruz, la que se extrae del río Las Cruces en la misma localidad. También las tradicionales mujeres que venden tortillas a orillas de la Ruta P-160.

Previamente y siempre viajando desde Concepción, encontramos el Parque de Lota. Aunque no está precisamente en la provincia de Arauco, su cercanía y su común historia carbonífera, la hermana perfectamente. Esta es una belleza botánica que fue creada por doña Isidora Goyenechea, joven, bella y acaudalada dama nacida en Copiapó, que administró las minas



Caleta Llico, Arauco.



de carbón de la ciudad. Ella se encargó personalmente de importar especies arbóreas desde Europa y recibir regalos de sus numerosos amigos del viejo continente y otros remotos lugares del mundo. Las visitas son guiadas por las "Isidoras", damas lotinas vestidas a la usanza del siglo XIX. Además se pueden observar 36 estatuas, 8 jarrones y 4 surtidores de agua, hermosas fuentes de agua, la mayoría traídas desde Europa; lagunas donde patos, gansos y otras variedades de aves nadan y juegan. Un conservatorio de plantas que alberga al árbol del pan, único en su especie en el país. Otros puntos atractivos son el sector de la tumba de Carlos Cousiño, esposo de Isidora Goyenechea, la gruta de los espejos; también el área del kiosco chino, donde Isidora gustaba tomar el té con sus invitados. El visitante podrá disfrutar de múltiples miradores para observar el Golfo de Arauco y la Isla Santa María.

Ya en plena provincia de Arauco, encontramos la Caleta Llico, ubicada casi frente a la Isla Santa María. Se accede a este lugar por un camino pavimentado, destacando en gran parte de su trayecto, hermosos humedales con una rica flora y fauna que hace que el viaje sea especialmente placentero. En la caleta misma se podrán degustar las ya típicas empanadas de mariscos y otra exquisiteces de productos del mar. Si se viaja con tiempo puede desviarse unos metros y visitar la Caleta de Tubul, que se caracteriza por su agitada vida ligada al mar. Caleta Tubul es muy antigua y está situada en torno al humedal, en donde coexisten 4 comunidades indígenas Lafquenches que viven de la recolección del "pelillo", la pesca artesanal y la ganadería.

Punta Lavapié es otra caleta araucana, claro que con la característica de estar ubicada sobre acantilados. Especial atractivo lo constituye la posibilidad de practicar turismo fotográfico, especialmente desde el histórico faro de la Armada Nacional, instalado en el lugar, desde donde se aprecia la inmensidad del Golfo y la Isla Santa María.

Imperdible es el Lago Lanalhue que junto con el Lleulleu, son los únicos ubicados en la Cordillera de la Costa. Tiene una superficie de 38 kilómetros cuadrados. En sus riberas se forman penínsulas, bahías y numerosas playas de arena fina, el agua es transparente, tibia y presenta un suave oleaje. Sus alrededores tienen abundante vegetación nativa. Ofrece la posibilidad de practicar deportes náuticos y de disfrutar de eficientes servicios turísticos por su óptima infraestructura y por la variedad de actividades que pueden realizarse en el lugar.

Punta Lavapié, Arauco.



VIÑA
MIRAVALLE
Un vino Amistoso, de gran Sabor,
Intenso Color y Profundo Aroma a Frutos Silvestres
MIRAVALLE
Syrah
2005
www.miravallewines.cl

LOS BENEFICIOS DEL SEGURO Obligatorio Automotriz

Modificación legal aumenta al doble las indemnizaciones en caso de muerte, incapacidad y gastos de hospitalización.

Cuando los medios de comunicación informan sobre accidentes de tránsito, generalmente, se pone énfasis en la cantidad de muertos, heridos o lesionados resultantes, pero no se hace referencia a las nefastas consecuencias económicas que estos causan en los afectados y sus familias. Teniendo en consideración estos aspectos, se dictó la Ley Nº 18.490 denominada "Seguro Obligatorio de Accidentes Personales", la que tiene por objeto otorgar cobertura económica a quienes sean víctimas de estas tragedias. Ahora bien, como esta ley ha sido modificada recientemente por la Ley Nº 19.887, es que "Bienvenidos" ha creído oportuno elaborar una nota sobre la normativa que rige este seguro, que resulta de vital importancia cuando una persona se ve afectada por un accidente automovilístico.

Lo primero que hay que saber es que el Seguro Obligatorio de Accidentes Personales (SOAP) debe ser contratado por todo propietario de un vehículo motorizado, remolque o carga a una compañía de seguros. Su cobertura permite pagar gastos de hospitalización o atención médica, quirúrgica, farmacéutica y dental, o de rehabilitación de una persona que sufra un accidente de tránsito, en el que participe un vehículo asegurado. En caso de invalidez o muerte, indemniza al afectado o a los herederos, según corresponda. El SOAP debe contratarse anualmente, y presentarse a la municipalidad respectiva al momento de pagar el correspondiente permiso de circulación.

El asegurador debe entregar un certificado en el cual se constate la contratación del seguro y que hace las veces de póliza. Los montos a cancelar son los siguientes:

- En caso de fallecimiento se pagan 300 UF (antes eran 150 UF).
- En caso de incapacidad permanente, 300 UF (antes 150 UF).
- En caso de incapacidad permanente parcial, 200 UF (antes 90 UF).
- Gastos de hospitalización, atención médica, quirúrgica, dental, prótesis, implantes, farmacéutica y cualquiera otra que requiera su rehabilitación: Hasta 300 UF (antes 90 UF).

Este seguro cubre al conductor del vehículo; a las personas transportadas o pasajeros del vehículo; cualquier tercero afectado por el accidente, aunque no hubiese sido transportado por ninguno de los vehículos involucrados, como ocurre, por ejemplo, con los peatones.

En caso de muerte, serán beneficiarios del seguro en el siguiente orden de precedencia: el cónyuge sobreviviente; los hijos; los padres, y a falta de las personas antes indicadas, la indemnización corresponderá a quien acredite la calidad de heredero.

CONSTANCIA

Una vez ocurrido el accidente es necesario dejar constancia en la unidad policial más cercana al lugar. Posteriormente, se debe solicitar en la unidad de carabineros en que se efectuó la constancia, un certificado en que se indiquen los datos del accidente y de los lesionados de acuerdo al parte respectivo, para ser presentado en la compañía de seguros correspondiente.

Las indemnizaciones se pagarán previa denuncia del accidente y presentación en la compañía de seguros del certificado emitido por



Carabineros de Chile, y de los documentos que acrediten la muerte, la incapacidad total o parcial, las lesiones sufridas o los gastos incurridos a consecuencia del accidente. También es necesario acompañar los certificados, boletas, facturas o comprobantes de gastos en que se haya incurrido y los documentos que acrediten legalmente la calidad de beneficiario del seguro. El seguro no cubre los accidentes ocurridos en los siguientes casos:

- Accidentes causados en carreras de automóviles y otras competencias de vehículos motorizados.

- Accidentes que se produzcan fuera del territorio nacional.

- Accidentes ocurridos como consecuencia de guerra, sismos y otras situaciones fortuitas enteramente extrañas a la circulación del vehículo.

- En caso de suicidio y todo tipo de lesiones que sean auto inferidas.



La ley establece que el asegurador, en un plazo que no podrá exceder de 30 días contados desde la presentación de los antecedentes, tiene el derecho a examinar a la persona lesionada por intermedio de un facultativo que al efecto designe para determinar el grado, naturaleza y gravedad de las lesiones. Si existiera desacuerdo entre el diagnóstico del médico tratante del asegurado y el de la empresa aseguradora, la discrepancia será resuelta por la COMPIN (Comisión de Medicina Preventiva o Invalidez) correspondiente a la del domicilio del asegurado.

CONSECUENCIAS DE NO TENER EL SOAP

La Superintendencia de Valores y Seguros entregó un boletín informativo a través del cual se indican las consecuencias de no contar con el Seguro Obligatorio de Accidentes Personales. También establece que no es necesario contratar un abogado para hacer efectivo el SOAP, pues éstos son gratuitos y deben hacerse directamente con la aseguradora.

¿Cuál es la sanción por conducir un vehículo motorizado que no tiene el Seguro Obligatorio vigente?

Tener el seguro vigente es requisito para la renovación anual del permiso de circulación. El conductor de un vehículo que no tiene seguro comete infracción a la Ley de Tránsito que es sancionada con multa. Además, el vehículo puede ser retirado de circulación por Carabineros de Chile para ser puesto a disposición del Juzgado de Policía Local que corresponda.

¿Qué pasa si causo un accidente y no tengo seguro?

El vehículo quedará gravado con prenda sin desplazamiento. Es decir, será una garantía para responder a las indemnizaciones que el dueño, por ley, está obligado a pagar.

¿Qué pasa si no tengo seguro, pero no fui yo quien causó el accidente?

Si dos o más vehículos participan de un accidente y al menos uno no tiene seguro, los seguros de los demás vehículos cubrirán a todas las personas afectadas, incluso a quienes iban en el vehículo sin seguro, excepto al dueño y al conductor de este último.

¿Cómo saber si un vehículo tiene contratado el SOAP?

Se puede solicitar un certificado de anotaciones del vehículo en el Registro Nacional de Vehículos Motorizados del Registro Civil. También se puede consultar en la Dirección del Tránsito de la municipalidad que dio el permiso de circulación al vehículo.

¿Qué ley rige el Seguro Obligatorio de Accidentes Personales?

La Ley N° 18.490, establece la existencia del Seguro Obligatorio y Accidentes Personales y fija sus procedimientos.

¿A quién debo recurrir si tengo dudas sobre el SOAP?

A la Comisión Nacional de Seguridad del Tránsito o a la División de Atención y Educación al Asegurado, dependiente de la Superintendencia de Valores y Seguros.

CUMBRE MUNDIAL
Del Retail en Chile

Nuestro país será sede de la asamblea anual de GS1, organización que administra los estándares globales que usa la industria. El código de barras es uno de ellos, pero vienen extraordinarios avances tecnológicos en esta materia.

El código de barras es una pequeña y discreta herramienta que cambió el mundo. Cada día, al menos 5 mil millones de estos símbolos, son leídos alrededor del planeta. El código de barras que aparece en todos los productos que se comercializan en el circuito retail, permite reconocer rápidamente un artículo en un punto de la cadena logística y así poder realizar inventario o consultar sus características asociadas. Es administrado bajo una norma que se llama GS1. Esta es una organización mundial orientada principalmente a definir y desarrollar estándares globales para la identificación de productos y servicios, lo que permite a las empresas del comercio, de salud, del transporte y la logística, mejorar la eficiencia de su cadena de abastecimiento y la de sus socios comerciales, mediante la incorporación de información útil en el intercambio comercial.

El gerente general de GS1 en Chile es Patricio Castro, técnico universitario en industrias de alimentos, casado, tres hijos, quien se encuentra trabajando intensamente en la preparación de la asamblea anual de esta organización, que se realizará entre el 11 y 14 de mayo, y a la que ha bautizado como la Cumbre Mundial del Retail.

A esta cita asistirán unos 250 delegados de más de 80 países que discutirán temas que tienen que ver con la organización y la definición de las tendencias que se proyectan en el futuro próximo. "El efecto que esta reunión tiene, es bastante grande", indica Patricio Castro, "porque aquí se conocen y fijan las tendencias que vienen para el futuro en este campo. Y otra cosa importante es que quienes están detrás de esto, son las propias empresas, los que vienen son los que trabajan en empresas tales como Nestlé, Unilever y cadenas de supermercados internacionales como Wall Mart. Ellos son los dueños del GS1, ellos son los que le piden al GS1 que defina los estándares para ellos mismos. Toda esa gente de estas grandes compañías, los líderes mundiales del retail, son los que vendrán a nuestro país".

LOS GRANDES TEMAS

Los temas que se abordarán en esta "cumbre" tienen una alta significación para el mundo de la salud y los alimentos. Es el caso de la trazabilidad, concepto que apunta a conocer la historia de cada producto desde el fabricante hasta el consumidor final o, en el caso de los remedios, desde la fábrica hasta el paciente.

"Por ejemplo" –apunta Patricio Castro- "en los recientes casos de listeria, lo que interesa saber es quién es el fabricante, en qué lote de producción ocurrió el problema, por qué ocurrió. Pero junto con eso, tomar las medidas para poder sacar del mercado los productos que están contaminados. Todo ese concepto, que en las empresas se aplica a través de sistemas, es uno de los temas que se tratarán en la cumbre, para el mundo de la salud y los alimentos.

"Otro tema es cómo, por medio de los celulares, las grandes corporaciones y empresas están llegando a los consumidores en forma directa". Porque el celular está pasando a ser una herramienta que permite sacar más información que la que hay en el envase del producto. Por ejemplo, voy a la góndola de un supermercado, leo el código de barra del producto, busco y encuentro en la pantalla del celular más información que la que hay en la etiqueta, porque me conecta a internet, a una base de datos donde está toda la información. O, por ejemplo, quiero saber cuándo fue fabricado determinado alimento, con qué ingredientes, hay miles de aplicaciones. También se está trabajando en esa línea".



El código de barras es una gráfica basada en la representación mediante un conjunto de líneas paralelas verticales de distinto grosor y espaciado de 13 números, que permite reconocer un producto en una sala de ventas y sus características asociadas.



IMPACTO EN LA SALUD

Un tema relevante que será abordado en esta cita mundial es todo el impacto que están teniendo los estándares de GS1 en el mundo de la salud. Estos estándares entraron primero a supermercados y hoy están ingresando fuerte a los medicamentos, con toda la implicancia que tiene para los pacientes. Basta decir que en Estados Unidos, los errores médicos constituyen la octava causa de muerte y, en Inglaterra, de acuerdo con estudios oficiales, 6 pacientes fallecen a diario debido a las reacciones adversas causadas por medicamentos. Es más, el 50 por ciento de los 72 mil decesos anuales son producto de errores médicos y del inadecuado suministro de remedios. Aquí, los códigos de barra y la trazabilidad juegan un rol muy importante.

Un cuarto tema tiene que ver con el código electrónico de productos: cuándo va a ser masivo, cómo están las implementaciones en el mundo, cómo han ido los pilotos, cuáles son los estándares que se necesitan para que este código se masifique. Estos son los llamados chips de radiofrecuencia. Es el mismo concepto del tag aplicado a los productos de consumo masivo. Se trata de la incorporación de un chip en cada artículo. ¿Qué información tiene ese chip?. El mismo número que el código de barras, la identificación del producto. Su ventaja es que no requiere de un equipo para leerlo sino que, en el caso de una sala de ventas, uno pasa con el carro con productos y la boleta le sale en forma instantánea. En lugar de estar abriendo cajas, se pasa por arco que identifica todo lo que viene adentro de ese pallets, por ejemplo. Eso se llama EPC, su sigla en inglés y significa en español, código electrónico de productos. En Chile ha llegado en calidad de piloto y ya se han hecho varios experimentos, como es el caso de Codelco para identificar los cátodos de cobre.

Patricio Castro, gerente general de GS1 Chile.

RABIE ES MODELO EN EFICIENCIA Y CAPACIDAD DE RESPUESTA

Gerente general de GS1 destaca la tecnología de punta que, desde siempre, utiliza la distribuidora en su gestión comercial.

La sigla GS1, es el nombre de una empresa internacional que, en inglés significa Global Standar Unico, cuya misión principal es definir y administrar estándares para la cadena de abastecimiento. Estándar es, como se sabe, aquello que cuando la industria se pone de acuerdo en algo, todos usan lo mismo. El código de barras es lejos el estándar más conocido de GS1 y de allí viene la antigua relación de esta compañía con Distribuidora Rabié.

"Tenemos una relación de muchos años con Rabié", reconoce Patricio Castro, gerente general de GS1. Y agrega que la distribuidora es un usuario de todos los estándares de GS1, entre ellos, el código de barras. "Ellos han hecho importantes inversiones en sus centros de distribución, donde usan estos códigos con resultados muy favorables. Además de utilizarlos, son usuarios de la información que nosotros le proveemos, que se hace a través de un catálogo electrónico que está en internet. Cada vez que un producto nuevo ingresa a Rabié, ellos nos avisan para que la información esté también en nuestra base de datos. Por lo tanto, para nosotros Rabié es una empresa aliada, y siempre ha sido muy cercana y amiga de los estándares.

Rabié basa su negocio en la eficiencia logística, por lo tanto me aventuro a decir que Rabié es tremendamente eficiente porque, en un negocio donde los márgenes son estrechos, en donde hay mucha competencia, en donde la fidelidad de los clientes, a veces, no es la que uno quisiera, hay que ser muy eficiente. Y da gusto ver al vendedor de Rabié que anda con aparatos electrónicos, las velocidades de respuesta que tienen son gracias a la tecnología que tienen incorporada.

A su juicio, ¿cuáles son las claves para que el pequeño comerciante tenga éxito en esta etapa de crisis?

"El comerciante hoy vive en función de la competencia, la información y el servicio. El sabe comprar a precios razonables que le permiten competir porque tiene el feeling del mercado. La otra parte, lo que es la gestión del negocio por sistemas más modernos, computacionales, todavía hay un camino por recorrer. Hay algunas pequeñas empresas que han incorporado la tecnología, pero son los menos. Estoy seguro que el código de barras haría un aporte en hacer más eficiente el negocio. Si el negocio es más eficiente se gana más plata, es tan simple como eso. Yo invitaría a los clientes de Rabié a no tenerle miedo al código de barras, porque uno ve que en las grandes cadenas de supermercados, se usa masivamente. Muchos empresarios pequeños creen que esto es algo muy caro, muy prohibitivo, muy lejano, pero resulta que quienes lo han implementado han visto frutos, frutos que tienen que ver con tener una operación más eficiente: una mayor visibilidad de cuál es el inventario que tienen, saber cuánto tiene de cada producto, poder ir achicando las brechas o las mermas, saber si el inventario no cuadra, por qué; saber cuánto vende de cada producto, cuál vende más y cuál vende menos. Un computador y un lector de código de barras no son algo caro, por sus resultados, se pagan solos.

¿Existen algunos mecanismos que permitan que los comerciantes se integren a este proceso de modernización?

"Rabié tiene un rol muy importante hacia sus clientes, porque le conviene que sean más eficientes. Nosotros también tenemos un rol en apoyar estas iniciativas, tenemos un rol en términos de formación y de traspasar conocimientos. Esto requiere de inversiones en computadores, softwares y en lectores de códigos de barra, porque no basta con capacitar a la gente. Considero que el Estado puede ayudar, a través de Corfo y el Banco Estado. Creo que hay que buscarle el financiamiento adecuado para algo que no es tremendamente caro. Yo creo que es cosa de articular el tema. Estoy seguro que la mayor barrera es cultural, el miedo a la tecnología que, de verdad, es extremadamente fácil".

AHORRO DE COSTOS Y MEJOR SERVICIO

El gerente de operaciones de Distribuidora Rabié, Manuel Cofré, encuentra muy interesante que se efectúen estos eventos mundiales en nuestro país, "porque ello refuerza e incentiva a toda la industria a adoptar mejores prácticas, a cumplir estándares, como el buen uso siempre de los códigos de barra, a eficientar la "cadena logística" y a aumentar los mensajes EDI (intercambio electrónico de datos, que es la transmisión electrónica entre aplicaciones informáticas de documentos comerciales y administrativos normalizados). Todo lo anterior, trae consigo ahorros de costos y mejor servicio".



Amigo Almacenero

Búsque el Tesoro Rabié

Full Mix

Distribuidora Rabie

Vuelve...

El Tesoro Rabié

Catálogo RABIE Tradicional

Mayo-09

Administración Central
El Roble 770, pisos 8, 9 y 10. Chillán
Fono: (42) 200600 - Fax: (42) 224679

C.D. Chillán
Ruta 5 Sur, Km. 418, Chillán
Fono: (42) 200500 - Fax: 200555

C.D. Santiago
Camino a Melipilla 15.000 Maipu, Santiago.
Fono: (2) 6773100 - Fax: (2) 5356497

C.D. Antofagasta
Ruta5 Norte, Km. 1.358,5 Manzana N Sitio 2,
Parque Industrial La Negra
(55) 207100 - Fax (55) 207110

Distribuidora Rabie

Pampa · Nobleza · OroPez · Manfrey · Mandalay · Pampita · Kellogg's

Encuentre el Tesoro Rabié, *prefiriendo estas marcas del catálogo mayo*, y participe del sorteo de 30 bonos de 50 mil pesos canjeables en mercadería.



Consulte a su vendedor Rabié. Promoción válida hasta el 31 de mayo de 2009.

Carolina Arregui

LA REINA QUE REGRESO DEL FRIO

La vida de Carolina Arregui es la historia de la actriz más popular de la televisión chilena, de una niña que saltó de un liceo a la fama. De una cenicienta que encontró a su príncipe azul y alcanzó una vida casi perfecta. En la nueva teleserie "Cuenta conmigo la quiero a morir" interpreta el papel de una fiel secretaria enamorada de su jefe.

El encanto y el magnetismo de una mujer que se ha sabido levantar de complicadas etapas de su vida y que mantiene intacto el cariño del público, lo representa sin duda Carolina Arregui. Su talento innato, carisma y belleza, son las palabras que mejor definen a esta actriz autodidacta, cuya singular historia es mucho más que un argumento de una telenovela, donde ella es la reina indiscutida.

Nacida en Santiago el 26 de agosto de 1965, bajo el nombre de María Carolina Arregui Vuskovic, nunca cursó estudios formales de actuación. Completó su educación media en el Liceo Amanda Labarca, de Vitacura y desde allí saltó a la actuación. Tenía sólo 17 años cuando el director brasileño, Herbal Rosano, la reclutó para un papel secundario en la telenovela "El Juego de la Vida". De ahí empezó su carrera en teleseries, obteniendo roles importantes en "Los Títeres" -dirigida por Óscar Rodríguez, quien, pese a ser más de 20 años mayor que ella, más tarde se transformaría en su marido y padre de sus tres hijos- y "La torre 10", hasta consolidarse en el rol de Nice en Angel Malo. Su personaje de heroína/villana es recordado hasta el día de hoy, sobre todo por la escena de su muerte junto al actor Bastián Bodenhofer. Después fue llamada por Arturo Moya Grau, para protagonizar la que fuera la última teleserie del afamado autor. En "La Última Cruz" Carolina interpreta a la rebelde Kim Zasar. De ahí vinieron varias producciones y por razones extralaborales vivió una vida lejos de las teleseries desde 1993.

Fue una noche larga, que se prolongó por cerca de diez años, donde la bella actriz no lograba rehacer su vida hasta que, finalmente, consiguió levantarse, volver a la pantalla y reconquistar a su público.

Ella explica la lucha que debió mantener: "La fe me ayudó mucho a mantenerme en pie. Además que soy bien terca, lo que puede ser un defecto, pero en mi caso se transformó en una gran virtud. Nunca me conformé con fracasar, sentía que no era un fracaso mío, sentía que las puertas laborales se me cerraban pero no por mi responsabilidad. Entonces me propuse salir adelante, por mis hijos, por mí misma, me costó muchos dolores, pero lo conseguí. La vida es entretenida también, en la medida en que uno le busque el lado. Hay que ser perseverante, porque no todas las cosas resultan. Imagínate, tenía que sacar adelante y tirar para arriba a mis hijos. Porque de alguna forma ellos también vivieron la frustración, les tocó sufrir y vivir a la par. Y aquí estoy de nuevo, contenta y feliz".

¿Esperabas "resucitar" como actriz y como persona?

"En la vida pasan cosas mágicas y probablemente alguna vez soñé con esto como un imposible. Llegar a este minuto, después de toda el agua que pasó debajo del puente, es una sorpresa. Es increíble cómo pueden llegar a revertirse las situaciones... no sé cómo explicarlo, pero siempre dije que las cosas iban a caer por su propio peso, que no se justificaba apurar los plazos y que simplemente había que darle tiempo al tiempo".

LA TERAPIA DEL AMOR

Pero no solo los éxitos laborales mantienen alegre a Carolina, también su actual relación amorosa con el médico cirujano plástico Roy Sothers, separado y con tres hijos, "los que se llevan muy bien con los cuatro hijos de Arregui", según cuenta un cercano. La pareja se conoció en mayo del 2003, en los pasillos de Chilevisión, cuando él iba a hablar de cirugía plástica al programa Primer Plano y se encontró con ella en el estudio. El le dio su tarjeta y Arregui le prometió que lo iría a ver a su consulta. Y así lo hizo. Poco después ella se sometió a una liposucción. Esa fue la primera de una seguidilla de intervenciones que han tenido como objetivo, según cuentan cercanos a la actriz, "ayudarla a que se sienta bien consigo misma, a potenciar su autoestima y su confianza".

Arregui se ha sometido a cinco cirugías menores con su médico y compañero. Este confiesa que en cada intervención sufre de nervios: "que Carola esté en el quirófano para mí tiene varias connotaciones: por una parte, es como un chiche tenerla lo mejor posible; y por otro lado, es doble responsabilidad, porque es mi mujer y si por casualidad le llega a pasar algo, para mí sería terrible y me dejaría con una pena para toda la vida. Pero al momento en que ella entra al quirófano, se me olvida todo y me concentro sólo en mi trabajo".

La verdadera resurrección de Carolina Arregui se produce en 2005 cuando regresa a Canal 13 como protagonista de la teleserie "Brujas". Su papel de Beatriz González, quien se enamora de Dante (Jorge Zabaleta) a quien contrata para que busque a la asesina de su marido, le devuelve su sitial de "reina de las telenovelas". "Brujas" fue un verdadero fenómeno de audiencia, consiguiendo más de 50 puntos

de rating. Carolina recuerda los efectos de su personaje: "Las mujeres me decían en la calle que para ellas era un sueño no permitido el estar con un galán como Dante. Me dijeron que las hice soñar, que les encendí esa llamita, que les abrí la puerta. Qué rico poder recuperar las ilusiones y esperanzas frente a este tema. Lo encuentro rico porque el tema les mueve las hormonas a las chilenas".

Hoy, una vez más, Carolina está en la cresta de la ola de la popularidad, con su participación en la teleserie "Cuenta Conmigo la quiero a morir", de Canal 13.

Aquí desempeña el rol de Anita María Rojas, la secretaria ejecutiva de una empresa de sondeos de mercado y encuestas, cuyo dueño es Camilo Sarmiento (Bastián Bodenhofer), de quien Anita está -en secreto- perdidamente enamorada desde hace 20 años. Anita llegó como estudiante en práctica y nunca más se fue de su lado.

Encargada de llevar la vida y la agenda de su jefe, Anita ha sido fundamental en los éxitos obtenidos por la empresa "Media Link".

La vida de todos ellos cambiará radicalmente cuando Josefina (María Izquierdo) descubra que tiene cáncer, y decida encontrar antes de morir -con la ayuda de la eficiente Anita- a la mujer que la reemplazará con Camilo y sus siete hijos cuando ella ya no esté.

Y aquí, Anita verá la oportunidad de hacer realidad el amor imposible que siente por su jefe. Sin embargo, la historia se enreda cuando Josefina conoce su verdadero diagnóstico médico: no tiene cáncer...

SECRETOS DE BELLEZA

Carolina reconoce que es obsesiva en el cuidado de su piel y, en general, de su figura: "soy de piel morena, la cual es mucho más resistente que las pieles blancas. Todos los días me saco el maquillaje con toallitas húmedas, a las cuales les agrego de estas aguas que vienen mezcladas con aceite para limpiarme bien las zonas de los ojos. Me preocupo de retirarme la pintura con mucho cuidado, jamás a tirones ni en forma brusca. Y tanto en las noches como en las mañanas me aplico cremas hidratantes. Me gustan aquellas que me devuelvan el agua que una pierde durante el día. El cabello también requiere preocupación especial. Mi secreto es cambiar de champú cada vez que me lavo la cabeza, que es prácticamente todos los días. Carolina está convencida que comprar productos de buena marca es una inversión. "Invertir plata en buenas cremas para el pelo y la piel, en ningún caso es pérdida. Siempre ayudan", concluye.



NovedadesRabié

Don Lucciano, Exclusivos de Distribuidora Rabié.



Espirales Don Lucciano
400grsx25 BOL.



Corbatas Don Lucciano
400grsx25 BOL.



Spaghetti Don Lucciano
400grsx25 BOL.



Tallarin Don Lucciano
400grsx25 BOL.



Colonia Coral Citrik 100 ml
x1 EST.



Colonia Coral Musk 100 ml
x1 EST.



Colonia Coral Love 100 ml
x1 EST.



Colonia Coral Magic 100 ml
x1 EST.



Colonia Coral Citrik
100 ml+Loción 1 unid.x1



Colonia Coral Musk
100 ml+Loción 1 unid.x1



Shampoo Fructis Hidra-Calm.
350 ml x1 Unid.



Shampoo Fructis Anticaspa
350 ml x1 Unid.



Acondicionador Fructis
Anticaspa 350 ml x1 Unid.



Acondicionador Fructis
Old Repair 300 ml x1 Unid.



Shampoo Fructis+Acondicionador
Old Repair 300ml x1 Unid.



Shampoo Sedal SOS
Caspa o Ceramidas
15ml 24 Unid.x1.



Cepillo Dento Premium
Duro 2x1, 2 Unid.x12



Cepillo Dento Premium
Mediano 2x1, 2 Unid.x12



Cepillo Dento Crystal
Mediano 1 Unid.x1



Toalla Higienica Ladyrab
Nocturna 10 unid.x12 CAJ.



Eurofoil Aluminio Econ.
4mts.1 unid.x1 ROLL.



Eurofoil Aluminio Econ.
7,5 mts.1 unid.x1 ROLL.



Film Europlas econ.
15 mts.1 unid.x1 ROLL.



Film Europlas econ.
21 mts.1 unid.x1 ROLL.



Lifestyles Stimula 3x2
3 unid.x1 DSP.



Lifestyles 2Studded+1Sabor
3 unid.x1 DSP.



Lifestyles Nuda 3x2
3 unid.x1 DSP.



Lifestyles Forte 3x2
3 unid.x1 DSP.



Mr.Músculo Pack Promoción
1 Unid.x1



Mr.Músculo Limpiador Baño
Gatillo 500 cc x1



Mr.Músculo Limpiador Baño
DOYP Gatillo 500 cc x1



Paño Vileda Limpiatodo
Rollo 1unid.x3



Paño Vileda Limpiatodo
3U.1Unid.x6



Paño Vileda Limpiatodo
5U.1Unid.x6



Alimento Gatos Minnino
25Kg x1 SAC



Alimento Bobicann
perros Cachorro
15Kg x1 SAC



Alimento Bobicann
perros adulto, carne
30Kg x1 SAC

LA INCREIBLE HISTORIA
Del "Niño Maravilla"

Nacido en un humilde hogar de Tocopilla, Alexis Sánchez ha roto todos los esquemas de trayectoria deportiva y, con apenas 20 años, se ha transformado en uno de los mejores futbolistas del mundo.

"El Niño Maravilla se convirtió en el niño mimado -vale la repetición- por todos en el Monumental (estadio de River Plate). Tiene un control especial sobre el balón. Con sus movimientos hipnotiza la pelota y al público, que cuando el chileno entra en acción se pone de pie a la espera de algo distinto. La gente "millonaria" (hinchas de River) le agradece cada vez que abre el libro del talento por las páginas de la habilidad y le permite a River escribir una historia vistosa y atractiva. Pero también lo aclama cuando no resigna esfuerzo y se tira al piso para frenar un avance del adversario".

El periodista Martín Castilla, del diario La Nación de Buenos Aires, escribió la nota en marzo del 2008 cuando el joven jugador chileno debutaba en Argentina y desde los primeros partidos con la camiseta de River Plate, logró capturar los elogios y admiración de los hinchas y periodistas.

Uno de los "próceres" del periodismo deportivo trasandino, Federico Rozenbaum, del diario "Olé", resumió: "Le dicen Joven Maravilla. Y en cada gambeta justifica el apodo, pero a veces le queda chico...el chileno demostró que con la pelota en los pies está a la altura de los mejores gambeteadores del mundo".

Alexis Alejandro Sánchez Sánchez, nació en Tocopilla, el 19 de diciembre de 1988, es hijo de Martina y tiene tres hermanos: Marjorie, Humberto y Tamara. Desde muy pequeño mostró extraordinarias habilidades con un balón de fútbol en sus pies. Sus amigos, con quienes protagonizaba eternas "pichangas" en las calles, lo apodaron "Dilla", diminutivo de ardilla por su agilidad para subirse a los árboles para rescatar los balones que quedaban atrapados en las ramas.

Tras su notable actuación en el partido frente a Perú por las clasificatorias para el Mundial de Sudáfrica, Alexis Sánchez ha sido elevado a la categoría de astro mundial, comparable con el argentino Lionel Messi y el portugués Cristiano Ronaldo.

El legendario entrenador del Manchester United, Alex Ferguson, lo definió como "uno de los jóvenes con mayor futuro en el fútbol europeo. Está dotado de tan buenas condiciones que, si sigue progresando, puede alcanzar un día el nivel de Cristiano Ronaldo".

Elogio no menor, principalmente porque proviene de uno de los entrenadores más prestigiosos del mundo y que no acostumbra a prodigar encomios a jugadores que no pertenezcan a su equipo.

El 2004, cuando apenas cumplía 6 años, pasó a formar parte de la Escuela de Fútbol de Cobreloa, filial Tocopilla. Hacia febrero de aquel año, durante un partido ante la filial de Calama (Sub-14), fue observado por los técnicos de Cobreloa, los cuales, detectaron su gran talento y programaron un nuevo encuentro al mes siguiente, en el cual Alexis los dejaría asombrados, ingresando así a las divisiones inferiores del cuadro "naranja".

Fue en aquellos años, cuando apenas se empinaba sobre los 12 años cuando fue convocado para integrar una selección de Taltal para jugar un encuentro en Argentina, en la provincia de Jujuy. Jugó sólo 45 minutos y convirtió ¡siete goles!. Los dirigentes argentinos, entusiasmados, le ofrecieron quedarse pero Alexis no aceptó pues prefirió quedarse junto a su madre y sus hermanos.

De regreso a Cobreloa, el entonces entrenador del primer equipo, Nelson Acosta, lo vio jugar en Santiago con los cadetes y de inmediato solicitó su ingreso al plantel profesional, en el que debutó oficialmente el 12 de febrero, cuando reemplazó a los 77 minutos a Daniel Pérez en el triunfo de Cobreloa sobre Deportes Temuco (5-4), en la primera fecha del Torneo de Apertura de 2005. De Cobreloa pasó a los registros de Udinense, de Italia, que lo prestó a Colo-Colo, equipo con el cual se consa-

gró campeón de la liga chilena. A nivel de selecciones nacionales, Alexis ha tenido una notable actuación en el pasado Mundial de Canadá de la categoría sub-20.

Ya a esa temprana edad, Sánchez se mostraba como un delantero muy potente, con mucha velocidad y habilidad, que incluso puede jugar como volante. Su baja estatura lo hace que no sea un jugador de área, pero la velocidad y la habilidad que tiene para desbordar es increíble. Además es un futbolista que se sacrifica mucho en la faz defensiva de su equipo.

Varios clubes lo quisieron una vez que se mostró en Cobreloa y Colo-Colo, querían quedarse con este "diamante en bruto" del fútbol, el cual tenía un potencial increíble y prometía transformarse en el mejor jugador de la selección que dirige Marcelo Bielsa.

Durante su paso por Colo-Colo, maravilló a Claudio Borghi, quien lo rebautizó "perro nuevo", porque "al llegar a los entrenamientos buscaba la pelota y empezaba a correr sin parar".

Luego de ganar un campeonato en Colo-Colo fue cedido a préstamo a River Plate y aunque alcanzó a jugar pocos partidos por el club "millonario", dejó su huella a tal punto que la hinchada le coreara "shileno, shileno", que lo emocionaba profundamente. Este canto no se escuchaba desde el notable paso triunfal del "matador" Marcelo Salas.

No es fácil conversar con esta nueva estrella del fútbol mundial, si se es periodista. Y no es porque se haya "agrandado". Su timidez impide conocer detalles de su vida. Sus compañeros dicen que es divertido en la intimidad. Y que es uno de los mejores en el Play Station.

Fanático de los monitos animados, Alexis Sánchez tiene un ídolo y no es ni Cristiano Ronaldo, ni Kaká, ni Messi. Se trata del nipón Oliver Atom, héroe de los dibujos animados "Los Súper Campeones", serie en que el Ñiupi Fútbol Club derrota al club que se le ponga por delante, en partidos que duran tres capítulos y con canchas que tienen como 500 metros de largo.

La confesión la hizo hace algún tiempo, pero a propósito de su brillante actuación en Lima, a varios les volvió a la memoria. "Me encanta Oliver Atom, y siempre me imagino pasándome a uno, dos y tres jugadores hasta hacer el gol", recordó en su momento.

También es asiduo navegador de la web, Alexis llegó a tener su fotoblog cuando aún no era tan conocido. Pero una idolatría indisimulable que se reflejaba en miles de visitas lo obligó a cerrarlo. Escuchar música, entonces, se transformó en su hobby más conocido, y su gusto es tan amplio que va desde el pop de los Backstreet Boys hasta el romanticismo de Marco Antonio Solís. Sin embargo, desde siempre, su verdadera pasión tuvo forma de pelota. Y más específicamente, inventar piruetas con ella.

CUANDO SE ENCIENDE ES INTRATABLE

"Hay gente que me dice que puedo llegar lejos y eso es lo que quiero yo, pero tranquilo nomás, que no se me suban los humos a la cabeza y darle con todo, porque me dicen que tengo mucho futuro" **(Alexis Sánchez, cuando recién comenzaba en el fútbol, en una de sus escasas declaraciones a la prensa).**

"Es un crack. Me gusta mucho. Tiene carácter, rebeldía... intento darle las herramientas para que pueda ser un mejor jugador cada día" **(Diego Simeone, uno de sus entrenadores en River Plate).**

"El eléctrico Alexis Sánchez ya conquistó a un Monumental (la cancha de River) que lo despidió con una ovación estruendosa. Nace un nuevo ídolo chileno". **(Diario deportivo "Olé").**

"Había que esperarlo, nomás. El es distinto, en él se detienen todas las miradas y por eso siempre se espera un plus de quien demostró que, cuando se enciende, es intratable. ¿De quién se trata? De Alexis Sánchez, ex River. **(Diario Clarin)**

"Que Alexis era un gran jugador lo sabíamos todos, porque sólo le faltaba madurar y, en ese sentido, Bielsa ha sabido incrementar esa inteligencia futbolística que tenía oculta. Bielsa hizo madurar a Alexis, quien ahora aprendió a pasar al ataque en el momento preciso y a definir mejor las situaciones. Su calidad está fuera de discusión; por algo es cotizado mundialmente" **(Sebastián Abreu, seleccionado uruguayo, ex compañero de Sánchez).**

	Equipos	PJ	PG	PE	PP	GF	GC	DG	PTS
1	Paraguay	12	7	3	2	17	8	+9	24
2	Brasil	12	5	6	1	19	5	+14	21
3	Chile	12	6	2	4	17	14	+3	20
4	Argentina	12	5	4	3	19	13	+6	19
5	Uruguay	12	4	5	3	21	9	+12	17
6	Colombia	12	3	5	4	6	10	-4	14
7	Ecuador	12	3	5	4	13	18	-5	14
8	Venezuela	12	4	1	7	14	20	-6	13
9	Bolivia	12	3	3	6	19	23	-4	12
10	Perú	12	1	4	7	7	26	-19	7

La próxima fecha de las Eliminatorias al Mundial Sudáfrica 2010, se jugará el 6 de Junio del 2009 como sigue.

Paraguay - Chile
Perú - Ecuador
Bolivia - Venezuela
Uruguay - Brasil
Argentina - Colombia



En la foto, Simón Ramírez, jefe de RR.HH., haciendo entrega de un diploma a Alberto Merino, del departamento comercial de Rabié.

Capacitación
TRILOGIA LABORAL

Amplia acogida entre los trabajadores de Distribuidora Rabié, han encontrado los talleres que bajo el título de "Trilogía Laboral", está desarrollando el departamento de Recursos Humanos de la distribuidora, que encabeza el sicólogo Simón Ramírez.

Los talleres sobre "Motivación y Satisfacción Laboral", "Autocuidado y Manejo del Stress" y "Desarrollo Personal", fueron realizados por el profesional Alberto Núñez, apoyado por las también sicólogas Alejandra Vásquez, Marcela Caro y Carla Araya. Los talleres, 17 en total, contaron con una asistencia promedio de 20 personas, se dictaron en los Centros de Distribución de Chillán, Santiago y Antofagasta, en la Administración Central y en Casa Rabié. Las encuestas de satisfacción realizada por el departamento de RR.HH., demostraron que los asistentes mostraron entusiasmo y agrado por participar.



PECHUGAS DE POLLO CON SALSA DE VINO Y MOSTAZA

He aquí una fácil receta que tiene por objeto realzar las insípidas pechugas de pollo con una original salsa de vino y mostaza. Es muy fácil.

INGREDIENTES

2 pechugas de pollo grandes, Crema líquida (2 cucharadas), vino blanco, media cucharada de mostaza, caldo de carne, mantequilla (1 cucharada) y aceite, sal y pimienta.

PREPARACION

En una sartén grande dorar las pechugas sólo un poco, sin que se cuezan por dentro, echarles sal y pimienta por encima, y retirarlas. En la misma sartén echar la crema líquida, un chorrito pequeño de vino blanco, la mostaza y el caldo de carne, hacer que cueza todo a fuego lento unos 4 minutos (hasta que se espese todo).

Añadir las presas de pollo y mezclarlo todo hasta que las pechugas se cuezan por dentro, en el último segundo echar la mantequilla y dejar que se derrita y mezcle con todo. Entonces queda listo para servir acompñado de arroz o puré.

Raza Canina
Pinza Quirúrgica
Pulir
Libra
Labiemago Inv.
Apellido
Eva Letra
Alexis (Fútbol)
Altar
Letra Doble
Apellido
Movió
Me Derrumbe
Perduraces
Sonido de Arroz
Sucesión
Pintar
Actriz (TV)
Rutenio
Parque de la Octava Región
Mundo Plural
Alcaloide de Té
Extraña
Engañes
Sala Grande
Nombre Femenino
Instrumento Musical
Convicto
Campeón
Curar
Son de Kellogg's
Cloro
Adivinó
Enrejado
Aro
Exista
Úsidas
Carozos
Medida Agraria
Nivel
D.T. Selección Chilena
Alumnio
Nombre Femenino
Vocales Diferentes
Yo
Ente
Lantano
Astro Rey
Preposición
En La Mañana
Señuelos
Alfa
Vocal Repetida
Vocal
Apellido
Sodio
Soba
Verídicos
Este

Por Peroga

Señor Comerciante:

¡Más conveniente imposible!





Prefiéralas...

No hay por donde perderse!

Mayonesa

$199

JB

A SOLO $199

HELLMANN'S

Mayonesa

a sólo $270

